01 Orklas bærekraftsarbeid

Bærekraftig vekst på agendaen

I Orkla mobiliserer vi nå på tvers av selskaper og land for å utvikle mer bærekraftige produkter og løsninger.

03

Orkla er kommet langt i å integrere bærekraftsarbeidet i forretningsplaner og løpende drift. Samtlige forretningsområder har økt innsatsen de siste årene, og vi ser positive resultater fra arbeidet på alle områder. Vi har utarbeidet kriterier for hvordan vi skal definere bærekraftige produkter i Orkla, og begynner nå å måle salget av disse produktene. Satsingen på plantebasert mat, sunnere kjeks og snacks og mer miljøvennlige dagligvarer bidro til salgsvekst for Orkla i 2019.

Blant Europas mest bærekraftige selskaper

Orkla er for niende året på rad inkludert på Dow Jones liste over Europas mest bærekraftige selskaper. Dow Jones Sustainability Index er internasjonalt anerkjent og en viktig rettesnor for investorer og andre interessenter i vurderingen av selskapers ikke-finansielle resultater.

Fortsatt inkludert i FTSE4Good

Orkla er for tredje året på rad inkludert i FTSE4Good, som fremhever selskaper med sterk miljø-, sosial- og styringspraksis (ESG). Indeksen er opprettet av FTSE Russell, et heleid datterselskap av London Stock Exchange Group, og bidrar til å fremme et større fokus på bærekraft blant bedrifter og investorer.

Orklas fotavtrykk

Ved å utvikle produkter og tjenester for en sunn livsstil bidrar Orkla positivt til folkehelsen. Produktforbedringene Orkla har gjennomført de siste fem årene har gitt rundt 7 % mindre salt og 10 % mindre sukker fra produktene våre. Matproduksjonen gjør oss til en av de største innkjøperne av jordbruks- og fiskeråvarer i Norden, samtidig som vi påvirker miljøet ved at vi bruker energi, vann og emballasje. Orkla er også involvert i enkelte globale råvarekjeder med komplekse økonomiske, sosiale og miljømessige utfordringer.

Gjennom overgang til fornybar energi, effektiv ressursbruk, reduksjon av matavfall og målrettet innsats for å oppnå bærekraftig råvareproduksjon bidrar Orkla til en bærekraftig verdikjede for mat og dagligvarer. Med vår tilstedeværelse i 30 land skaper vi økonomiske ringvirkninger for lokalsamfunn i form av arbeidsplasser, skatteinntekter og innkjøp fra lokale leverandører. Orkla er en stor arbeidsgiver, og ved å investere i kompetanseutvikling og jobbe systematisk for å sikre et godt arbeidsmiljø bidrar vi til trivsel og personlig utvikling for medarbeiderne våre.

Bærekraftig vekst

De globale bærekraftsutfordringene fører til endringer i forbrukerpreferanser og kundekrav. På tvers av de nordiske landene oppgir nå 7 av 10 forbrukere at bærekraft påvirker kjøpsbeslutningene deres, ifølge undersøkelsen Sustainable Brand Index 2019. Samtidig svarer rundt 30 % at de er villige til å betale mer for bærekraftige produkter. I de fleste markeder der Orkla er tilstede, øker etterspørselen etter lokalprodusert mat, plantebasert mat og produkter for en bedre helse. Videre vekst for Orkla avhenger av at vi kan tilby produkter og tjenester som gjør det enkelt for forbrukerne å gjøre valg i hverdagen som bidrar til en positiv utvikling for mennesker, miljø og samfunn. Orkla har derfor definert kriterier for hva vi vurderer som et bærekraftig produkt, og har begynt å måle salget av våre mest bærekraftige produkter. For å bli klassifisert blant de mest bærekraftige produktene våre må produktet tilfredsstille kriteriene i minst to av følgende tre kategorier: bærekraftige råvarer, bærekraftig emballasje og produkter som bidrar til en sunn livsstil. Klassifiseringen er et nyttig ledelsesverktøy som hjelper oss til å følge fremdriften i arbeidet. Kriteriene er knyttet opp mot målene vi har satt for Orklas bærekraftsarbeid, og vil bli videreutviklet over tid i takt med at kunnskapen vår øker og målene revideres. I 2019 har vi økt innsatsen for å utvikle dagens porteføljе i en mer bærekraftig retning, i tillegg til at vi satser stadig mer offensivt på plantebasert mat, «bedre for deg»-produkter og mer miljøvennlige dagligvarer.

Jordan Green Clean
Miljøvennlig tannbørste for barn og voksne med skaft laget av 100 % resirkulert plast og bust i fornybart materiale.

Möller's
Möller's populære omega-3 kapsler i en boks laget av 100 % resirkulert plast.

Naturli'
Hele Naturli's sortiment er 100 % plantebasert, og produktene er lansert i en rekke land.

Eksemplene illustrerer et utvalg av våre mest bærekraftige produkter

Bevegelse for en bærekraftig livsstil

For å lykkes med omstilling til bærekraftig produksjon og forbruk er vi opptatt av å gjøre bærekraftsarbeidet til en integrert del av virksomheten og mobilisere hele organisasjonen. Arbeidet for å nå bærekraftsmålene skjer i stor grad i Orklas mange selskaper med støtte fra konsernfunksjonene. Orkla har et internt bærekraftsnettverk som bidrar til erfaringsutveksling og samarbeid på tvers av selskaper og land. I tillegg har konsernfunksjonene satt i gang flere sentrale initiativ de siste årene for å spre læring og beste praksis, etablere felles tilnærming og systemer og utnytte tilgjengelige ressurser på best mulig måte. For å synligjøre kommersielle muligheter relatert til bærekraft har konsernet i 2019 gjennomført en ny serie med Sustainability Masterclass for Marketing. Konseptet er rullet ut i 28 selskaper i ni land, og har skapt stort engasjement internt.

Klimarisiko høyt på agendaen

Ekstremvær har rammet produksjonen av enkelte jordbruksråvarer Orkla kjøper, og i perioder påvirket prisen og tilgangen på disse råvarene. Endringer i værmønsteret har også ført til prisøkning for energi i noen av landene vi har produksjon. Vi forventer volatilitet i prisen på råvarer, energi og vann også i årene fremover, men vurderer at konsekvensene av ekstremvær for Orkla vil være moderate på kort og mellomlang sikt. Størstedelen av Orklas produksjon og innkjøp skjer i Norden, Baltikum og Øst-Europa, der sannsynligheten for vannmangel og tørke er lavere enn i områder med varmere klima. Risikoen for at Orklas egen produksjon skal bli rammet av flom eller andre konsekvenser av ekstremvær vurderes som lav. Orkla har i 2019 satt klimarisiko enda tydeligere på agendaen og har startet en prosess for å kartlegge og rapportere klimarisiko i tråd med anbefalingene fra det internasjonale finansinitiativet Task Force for Climate-related Financial Disclosures.

Status for Orklas bærekraftsarbeid

Bærekraftsstrategien omfatter fem hovedtemaer: «bærekraftige råvarer», «miljøengasjement», «ernæring og sunnhet», «trygge produkter» og «omtanke for mennesker og samfunn». Dette er områder hvor vi i kraft av vår virksomhet har stor påvirkning og ansvar, og hvor innsatsen vil være viktig for konsernets fremtidige vekst og lønnsomhet.

Orkla har en positiv utvikling innenfor alle de fem hovedtemaene. Selskapene har i 2019 lansert en rekke nyheter innen sunne, vegetariske og økologiske matvarer, sunnere snacks, helsekost, velværeprodukter og vaskemidler med skånsomme ingredienser og produkter som representerer gode miljøvalg. Produkter som bidrar til en sunn livsstil utgjorde rundt 22 % av Orklas omsetning.

Orkla har god kontroll med mattrygghetsarbeidet og risikoforhold som har oppstått i 2019, er håndtert i tråd med Orklas beredskapsrutiner, uten fare for forbrukeres helse. Orklas fabrikker har også god kontroll med risikoen for utslipp og annen uønsket miljøpåvirkning og god fremgang i arbeidet med å redusere energiforbruk, vannforbruk og matavfall fra produksjonen. Orkla har de siste fem årene (perioden 2014-2019) redusert klimagassutslippene fra egen virksomhet med 58 %, og er allerede langt på vei mot målet om 60 % reduksjon innen 2025. Andelen fornybar energi totalt var 43 % i 2019.

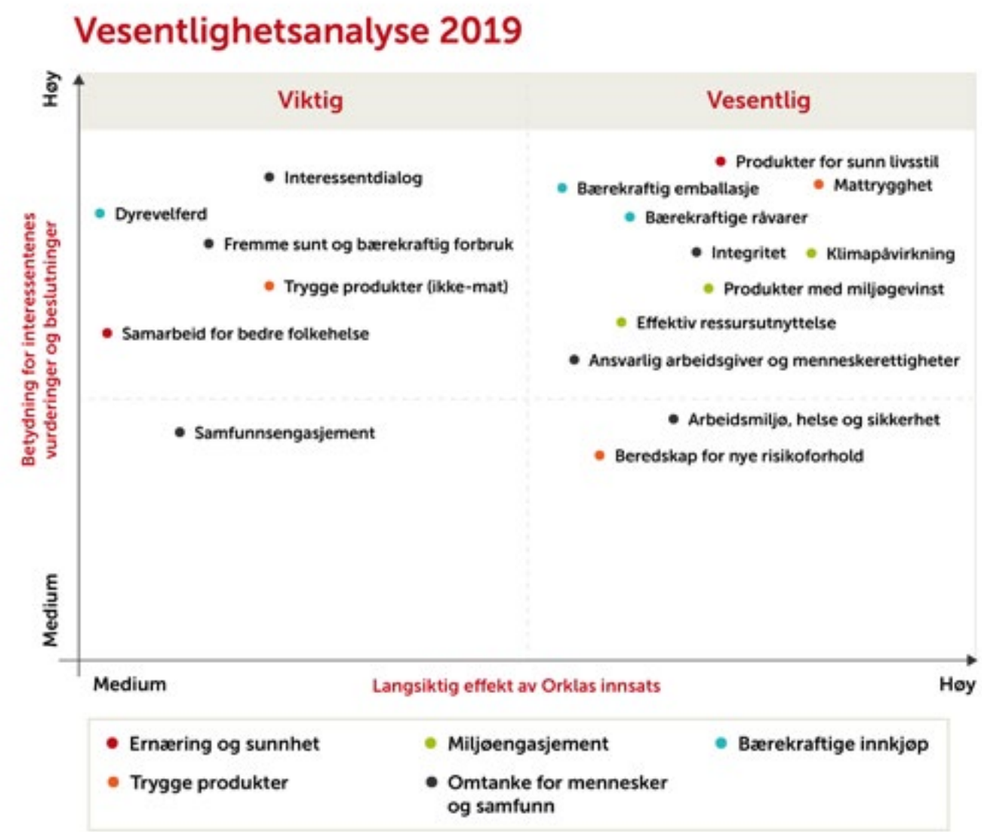
Målet om 60 % fornybar energi i 2025 skal nås ved å fase ut fossile brensler og øke bruken av energi fra fornybare kilder.

Orkla har god fremdrift i arbeidet med å følge opp leverandører for å sikre at råvarene vi bruker er bærekraftig produsert, og vi har i 2019 tatt nye steg på veien mot målet om 100 % bærekraftige råvarer. Utfordringene på området er komplekse, og mye arbeid gjenstår fremdeles.

Resultatene fra bærekraftsarbeidet i 2019 og målene for det videre arbeidet er nærmere beskrevet i egne kapitler for hvert hovedtema.

Orklas bærekraftsrapportering

Orklas bærekraftsrapportering for 2019 er utarbeidet i tråd med GRI Standards: Core option og Oslo Børs' veiledning om rapportering av samfunnsansvar. Orklas bærekraftsrapportering omfatter alle temaer som er definert som viktige og vesentlige, men de vesentlige temaene er tillagt størst vekt. Rapporteringen omfatter de samme temaene som i 2018. En oversikt over hvilke indikatorer som er dekket, er gitt på Orklas nettsider, under resultater og rapportering.



Orkla er pålagt å rapportere om samfunnsansvar og utvalgte ansvarstemaer etter regnskapsloven § 3-3a og § 3-3c. En redegjørelse for konsernets arbeid med de relevante temaene i 2019 er gitt i disse kapitlene:

• «Orklas bærekraftsarbeid», side 54
• «Miljøengasjement», side 61
• «Bærekraftige innkjøp», side 73
• «Omtanke for mennesker og samfunn», side 102

Med mindre annet er angitt omfatter nøkkeltallene i Orklas bærekraftsrapportering alle virksomheter der Orkla hadde mer enn 50 % eierandel pr. 31.12.2019. Nøkkeltall for utslipp, energi- og vannforbruk vil bli verifisert av det uavhengige selskapet Cemasys ila våren 2020. For informasjon om bærekraftsarbeidet i det tilknyttede selskapet Jotun henviser vi til selskapets egen rapportering.

Samfunnsansvar i Orkla

Orkla definerer samfunnsansvar som ansvarsfull drift med respekt for mennesker og miljø. Orklas retningslinjer for samfunnsansvar beskriver de overordnede prinsippene for hvordan konsernets selskaper skal ivareta hensynet til menneske- og arbeidstakerrettigheter, helse, miljø og sikkerhet (HMS), antikorrupsjon og andre viktige ansvarstemaer. Retningslinjene tar utgangspunkt i UN Guiding Principles for Business and Human Rights og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Retningslinjene er vedtatt av Orklas styre og gjelder for hele konsernet, inkludert heleide datterselskaper. Orklas styringsrutiner for samfunnsansvar er beskrevet i konsernets årsberetning på side 35 i denne rapporten.

Sunne og bærekraftige produkter

GRI-ref.		Enhet	2019	2018	2017
Salg av sunne og bærekraftige produkter					
Egendefinert	Estimert andel omsetning fra produkter klassifisert som «mest bærekraftige produkter»[1]	%	18	-	-
Egendefinert	Estimert andel omsetning fra veganske produkter[2, 3]	%	20	-	-
Egendefinert	Estimert andel omsetning fra veganske og lakto-ovo vegetariske produkter[2, 4]	%	55	-	-
Egendefinert	Estimert andel omsetning fra produkter som fremmer helse og sunnhet[2, 5, 6]	%	22	14	-
Egendefinert	Estimert andel omsetning fra produkter med balansert næringsinnhold[2]	%	43	-	-
Egendefinert	Estimert andel omsetning fra produkter for nytelse[2]	%	35	-	-

[1] Gjelder Branded Consumer Goods, 57 % av omsetningen er klassifisert
[2] Gjelder selskaper med matvareproduksjon, 66 % av omsetningen er klassifisert
[3] Produkter egnet for vegansk kosthold slik definert av Food Drink Europe
[4] Produkter egnet for vegetarisk kosthold slik definert av Food Drink Europe. Kan inneholde egg og meieriråvarer
[5] Inkluderer mat med mindre salt, sukker og mettet fett, lakto/ovo-vegetariske og veganske produkter, produkter med mer enn 50 % av cerealier fra fullkorn, produkter med offisiell ernæringsmerking og produkter med spesifikke helsefordeler
[6] Definisjon og beregningsgrunnlag er endret fra 2018 til 2019

02 Miljøengasjement

Et sterkt engasjement for miljøet

Klimaendringene er en av vår tids største utfordringer. Å jobbe for å redusere klimautslippene er derfor en av våre viktigste oppgaver på miljøområdet.

Det store bildet

Alvoret ved klimautfordringene har i løpet av kort tid endret samfunnsdebatten. Ifølge en ny rapport fra FNs klimapanel har vi bare ti år på oss til å radikalt endre måten vi lever på. Unge klimastreiker over hele verden og krever mer handling fra politiske ledere for å løse klimakrisen. Samtidig øker interessen for bærekraftige investeringer kraftig, og klimarisiko står høyt på agendaen i næringslivet og finansmiljøet. For Orkla er den forretningsmessige risikoen primært knyttet til pris og tilgang til viktige matråvarer. Fabrikkene våre er i liten grad lokalisert i områder med risiko for flom eller vannmangel, men tørke og ekstremvær kan medføre økte kostnader for vann og energi. Endringer i regelverk eller politiske rammevilkår vil også kunne medføre kostnadsøkning. Blant forbrukere øker bevisstheten rundt bærekraftig forbruk og et mer klimavennlig kosthold. I en undersøkelse Orkla har fått gjennomført i Norden og Baltikum, svarer hele syv av ti forbrukere at de ønsker miljøvennlige produkter, men synes det er vanskelig å vite om et produkt er bærekraftig. For Orkla representerer dette store vekstmuligheter.

Vår påvirkning

Orklas klimagassutslipp fra egen virksomhet er begrenset. Den største påvirkningen kommer i råvareproduksjonen og forbruksleddet. Derfor jobber vi i hele verdikjeden for å redusere utslipp. Orkla har ambisiøse mål for å gjennomføre overgangen til lavkarbonvirksomhet gjennom produktinnovasjon, investering i fornybar energi, reduksjon av energiforbruk og avfall og viktige tiltak i leverandørkjeden. For å skape vekst i årene fremover må Orkla ha en portefølje av produkter og tjenester som har en konkurransedyktig miljøprofil. I takt med at stadig flere av Orklas fabrikker gjennomfører en omstilling til fornybar energi reduseres klimapåvirkningen fra produktene våre. Miljøarbeidet bidrar til FNs globale bærekraftsmål 12, 13 og 17.

Vår tilnærming

Orkla har en systematisk og helhetlig tilnærming til klimaarbeidet. En detaljert beskrivelse av rutiner og arbeidsprosesser er tilgjengelig på Orklas nettsider.

Bærekraftsmål frem mot 2025

- Overgang til lavkarbonvirksomhet
- 60 %* reduksjon i klimagassutslipp
- 30 %* reduksjon i energi- og vannforbruk
- Mål om fossilfri energibruk
- 50 %* reduksjon i matavfall
- Tenke nytt om produkter og prosesser

*Gjelder egen virksomhet. Basisår 2014

Næringslivsmobilisering for 1,5-graders målet

I godt selskap med flere internasjonale selskaper stiller Orkla seg bak UN Global Compact-kampanjen «Business Ambition for 1.5°C: Our Only Future». Hensikten er å mobilisere næringslivet til å øke klimaambisjonene og sette vitenskapsbaserte klimamål i tråd med 1,5-graders målet. Ved inngangen til 2020 stilte 177 selskaper fra 36 land seg bak kampanjen.

Mobiliserer for klimaet

Det haster med å finne løsninger på klimautfordringene. Derfor har vi i Orkla satt vitenskapsbaserte klimamål og vil ta vår del av ansvaret for å begrense den globale oppvarmingen til maksimalt 1,5 grader.

For Orkla er Science Based Targets sentralt i arbeidet med klimarisiko og reduksjon av klimagassutslipp. Vi jobber også systematisk for å redusere forbruket av energi, skifte til fornybar energi og redusere matsvinn og annet avfall på tvers av våre virksomheter i 30 land. Samtidig øker vi innsatsen for å utvikle mer klimavennlig mat og dagligvarer med redusert miljøfotavtrykk.

Utviklingen i 2019

Redusert klimagassutslipp

Som ett av fire norske selskaper fikk Orkla høsten 2019 klimamålene godkjente for 1,5 grader av det internasjonale Science Based Targets-initiative (SBTi). Vi ligger godt an til å nå målet om 60 % reduksjon i klimagassutslipp fra egen virksomhet og innkjøpt energi. For perioden 2014–2019 reduserte vi klimagassutslippene med 58 %. Reduksjonen er et resultat av energieffektivisering og overgang til fornybar energi ved flere av virksomhetene våre. I tillegg kjøper vi opprinnelsesgarantier for fornybar elektrisitet for all strømmen vi bruker i Europa. Disse er knyttet opp mot våre egne vannkraftverk. Indiske MTR Foods dekker nå 60 % av alt sitt strømforbruk ved hjelp av solenergi. Eksempler på andre initiativ er Orkla Confectionery & Snacks Danmark, som bruker overskuddsvarme fra chipsproduksjon til å varme opp boliger, mens Orkla Suomi planlegger en større investering i biogassanlegg ved chipsfabrikken på Åland. Det nye bakeriet på Grandiosa-fabrikken på Stranda på Sunnmøre har vektlagt grønne og bærekraftige tiltak i produksjonen.

Effekten av dette er 9,3 % lavere klimagassutslipp fra Orklas virksomhet i 2019. Andelen fornybar energi er 43 %.

Redusert energiforbruk

Gjennom Orklas sentrale energiprogram deles beste praksis for å redusere energiforbruket, og stadig flere effektiviseringsprosjekter innføres på tvers av forretningsområdene. Flere fabrikker har gjennomført prosessforbedringer som gir energireduksjon. I tillegg er det gjort enkelte investeringer i nytt og mer energieffektivt produksjonsutstyr. I sum er Orklas energiforbruk redusert med 14 % siden 2014.*

Bruk av vann

Flesteparten av Orklas virksomheter er lokalisert i områder med lav eller middels risiko for vannmangel. Likevel ser mange selskaper viktigheten av å gjennomføre miljøinitiativ for å redusere vannforbruket. Blant tiltakene som er rapportert inn i 2019, er investeringer i rensing og resirkulering av vann, prosessforbedringer og opplæring av egne medarbeidere. I sum er Orklas vannforbruk redusert med 11 % siden 2014*. Orkla benytter hovedsakelig vann fra kommunale vannverk, og avløpsvann renses internt eller i kommunale renseanlegg. Det har ikke forekommet alvorlige utslippshendelser i 2019.

*Justert for oppkjøpte og solgte virksomheter og økning i omsetning.

Grønnere pizza

Ved utgangen av 2019 sto det nye bakeriet på Grandiosa-fabrikken på Stranda på Sunnmøre klart. Det er lagt stor vekt på grønne og bærekraftige tiltak i produksjonen, og fra nyåret vil det bl.a. som et av de grønne tiltakene kunne stekes 1,3 millioner Grandiosa Classic på gjenvunnet energi. Under byggingen av bakeriet ble det lagt vekt på å bruke mest mulig miljøvennlige og kortreiste byggematerialer, og det er gjennomført mange tiltak som gir redusert energiforbruk.

Transporttiltak

Livsløpsanalyser viser at utslipp fra transport utgjør en mindre del av klimapåvirkningen fra Orklas produkter. Palleoptimalisering og andre tiltak for å optimalisere transport av varer er likevel en innarbeidet del av selskapenes praksis. I 2019 har selskapene gjennomført ulike tiltak for å redusere miljøbelastningen fra transport, alt fra opplæring av sjåfører i miljøvennlig kjøring til valg av transport med lavest mulig utslipp. Orkla Foods Sverige har signert et frivillig transportinitiativ lansert av DLF, der de forplikter seg til å oppnå 100 % fossilfri transport innen 2025. Orkla har startet dialog og oppfølging av transportleverandører for å kartlegge utslipp og påvirke til forbedring.

Setter klimarisiko på agendaen.

Task Force for Climate-related Financial Disclosures (TCFD) som er etablert på initiativ fra the Financial Stability Board, lanserte i 2017 frivillige retningslinjer for klimarisikorapportering. Retningslinjene er i løpet av kort tid blitt det ledende rammeverket for analyse og dokumentasjon av klimarisiko, og Orkla har i 2019 startet en prosess for å kunne rapportere i tråd med dette rammeverket. Gjennom interne workshoper har vi spredd kunnskap om TCFD-rammeverket til interne nøkkelpersoner og gjennomført en kartlegging av hvilke risikoforhold Orkla er eksponert for og hvilke muligheter dette kan gi. En oversikt over disse er presentert på side 66. Arbeidet med å estimere mulige risikoeffekter for Orklas virksomhet vil fortsette i 2020.

Veien videre

Arbeidet med energieffektivisering og vannforbruk vil fortsette, og selskapene vil bli fulgt opp for å sikre god fremdrift mot målene vi har satt. Vi vil også utvikle en forbedret modell for å beregne klimagassutslipp fra råvarer, og bruke dette til å initiere og følge opp tiltak i leverandørkjeden. Flere selskaper planlegger å ta i bruk verktøyet for å kartlegge klimafotavtrykket til enkeltprodukter og bruke dette til å veilede kunder i gode klimavalg.

En uke fylt med miljøaktiviteter

For å skape internt engasjement gjennomfører Orkla en årlig HMS-uke. I 2019 var temaet miljøengasjement, og en rekke aktiviteter ble gjennomført i alle 30 land der Orkla er til stede. Ansatte i selskapene og fabrikkene engasjerte seg i alt fra klesbyttedager, planting av trær og søppelplukking i nabolag til sykkelkonkurranser for å komme seg til jobben på en miljøvennlig måte. I tillegg ble det gjennomført flere initiativ for å redusere matsvinn og utnytte råvarene på fabrikkene mest mulig og det ble arrangert vegetardager i kantinene.

Klimarisiko

Virksomhet og infrastruktur

- Orklas egen produksjonsvirksomhet er i relativt liten grad eksponert for flom, vannmangel, brudd på strømtilførsel eller annen akutt fysisk risiko, men slike hendelser vil i årene fremover ramme flere av de landene hvor vi har virksomhet. Flere av Orklas selskaper i områder eksponert for vannmangel eller brudd på energitilførsel, som India og Romania, gjennomfører risikoreduserende tiltak. MTR Foods i India har etablert system for oppsamling av regnvann, resirkulering av vann og tilgang til lokalt produsert solenergi. Årlige kostnader knyttet til vannforbruk forventes å øke i årene fremover.
- Kostnadene knyttet til innkjøpt energi har økt de siste årene som følge av bl.a. nye avgifter og endringer i nedbør, og vi forventer fortsatte prissvingninger i årene fremover.

Råvaretilgang

- Klimaendringene fører til vannmangel, erosjon og endringer i naturmangfold som påvirker grunnlaget for jordbruk i utsatte områder. Slik kronisk fysisk klimarisiko forventes å føre til betydelige prissvigninger for kakao, bomull, soya og andre landbruksprodukter fra Asia, Afrika, Sør-Amerika og Sør-Europa både på kort og lang sikt. I årene fremover vil tørke, flom og andre former for ekstremvær også kunne påvirke jordbruksavlinger i resten av Europa og USA. Forventede effekter fra slik akutt fysisk klimarisiko er kostnadssvingninger, kvalitetsavvik og midlertidige leveringsproblemer for viktige råvarer som f.eks. korn, frukt, grønnsaker og animalske produkter. Oppvarming av havet fører til endringer i næringsgrunnlag og leveområder for flere fiskeslag, og kan påvirke tilgang og prisutvikling.
- For å redusere risikoen for alvorlig svikt i råvaretilgang er Orkla opptatt av å fremme bærekraftig landbruk og fiske gjennom leverandøroppfølging, kjøp av sertifiserte råvarer, deltakelse i forbedringsprosjekter og politisk dialog. I tillegg øker vi bruken av langsiktige avtaler om kontraktsdyrking og utforsker muligheten for å erstatte enkelte råvarer med alternativer.

Regelverk og rammebetingelser

- Kun én av Orklas fabrikker er i dag omfattet av EUs kvotehandelssystem (EU ETS), og vi forventer ikke at de planlagte endringene i systemet (fase 4) vil påvirke dette. I et 3-10 års perspektiv vil endringer i regelverket knyttet til klimakvoter kunne omfatte flere virksomheter.
- Avgifter på fossile energikilder forventes å øke ytterligere, og kan påvirke Orklas kostnader relatert til produksjon og transport.
- I et 1-3 års perspektiv forventes endringer i nasjonale produsentansvarsordninger å øke kostnadene for håndtering av brukt emballasje, blant annet som følge av EUs strategi for plast i en sirkulær økonomi. For å bidra til god, kostnadseffektiv løsning av problemene med plastforsøpling og redusere klimautslippene fra emballasje, engasjerer Orkla seg aktivt i emballasjeinnovasjon og samarbeid om forbedringer i systemene for innsamling, sortering og gjenvinning.
- Vi forventer strengere regulering av fiske og produksjon av klimautsatte landbruksråvarer som et ledd i arbeidet for å sikre bærekraftig fiske og landbruk. Orkla har dialog med myndigheter om disse spørsmålene både direkte og gjennom medlemskap i nasjonale og interenasjonale bransjeorganisasjoner.

Marked og teknologi

- Forbrukere og profesjonelle kunder etterspør i økende grad informasjon om klimapåvirkningen fra enkeltprodukter eller råvarer som gir behov for ny kunnskap og kompetanse og kan medføre økt kompleksitet. Orkla har uviklet et verktøy som gjør det mulig å kartlegge klimafotavtrykket fra matvarer, og har startet å gi informasjon om dette for utvalgte produkter og kundegrupper. I årene fremover vil bruken av verktøyet utvides til å omfatte flere selskaper og produkter. Arbeidet er krevende og må skje over tid.
- Produksjon av mange matråvarer er forbundet med høye klimagassutslipp, høyt vannforbruk, risiko for tap av naturmangfold og sosiale utfordringer som følge av klimaendringene. Orklas innsats for å redusere klimagassutslipp i leverandørkjeden og oppnå bærekraftig råvareproduksjon reduserer merkevarerisikoen knyttet til disse utfordringene.

Klimarelaterte muligheter

Ressurseffektivisering

- Orkla har i perioden 2014-2019 oppnådd reduksjon i energiforbruk på 14 % og vannforbruk på 11 % i egne virksomheter. Effektiviseringstiltakene vil gi en kostnadsgevinst og redusere effekten av potensielt økte markedspriser. Tiltakene reduserer også eksponeringen for fremtidige avgiftsøkninger. For å nå Orklas mål om reduksjon i energiforbruk og klimagasser er det nødvendig å investere i teknologi for energieffektiv produksjon.
- Mengden organisk avfall fra egen virksomhet er redusert med 14 % i perioden 2014-2019. Målsatt reduksjon frem til 2025 forventes å gi reduksjon i kostnadene knyttet til råvarer og avfallshåndtering.

Energi og transport

- Orklas virksomheter er i ferd med å fase ut fossil fyringsolje og øke investeringene i fornybar energi. I tillegg kjøper Orkla opprinnelsesgarantier for all elektrisitet til egne virksomheter i Europa. Andelen fornybar energi var i 2019 43 %. Overgangen til fornybar energi er forventet å gi en økende kostnadsgevinst i årene fremover i takt med prisutviklingen i energimarkene. Det vil også redusere eksponeringen for klimarelaterte energiavgifter.
- Orkla produserte 2.156 GWh fornybar energi fra egne vankraftverk i 2019 til en kraftpris på 38,4 øre pr KWh. Flere forhold kan påvirke energiprisen i årene fremover. Prisbildet for energiopsjoner frem til 2030 (Nasdaq) indikerer lavere energipris i 2020, deretter økte priser.

Produktinnovasjon

- Den økte interessen for plantebasert kosthold representerer en stor vekstmulighet for Orkla. Orklas salg av vegetariske og veganske produkter var i 2019 0,5 mrd. NOK, og vi målsetter sterk vekst de nærmeste årene.
- Mange av Orklas selskaper utvikler produkter som gjør det enklere for forbrukere og profesjonelle kunder å redusere sitt klimafotavtrykk eller på annen måte oppnå et mer bærekraftig forbruk. På tvers av forretningsområdene jobber selskapene for å gjøre produktporteføljen mer bærekraftig, og i 2019 kom 18 % av omsetningen fra Orklas mest bærekraftige produkter. Dette styrker selskapenes konkurranseevne, og vi målsetter en jevn økning i omsetningen fra de mest bærekraftige produktene i årene fremover.

Forretningsutvikling

- Orkla leter aktivt etter klimarelaterte investeringsmuligheter, og vurderer både oppkjøp som kan styrke eksisterende virksomhet eller og nye områder for vekst. Et eksempel på et slikt område er dyrking av tang og tare for industriell matproduksjon. Flere av selskapene vurderer også nye forretningsmodeller, blant annet knyttet til sirkulær økonomi.

Setter klimasmart mat på menyen

Skal vi nå klimamålene, må vi redusere matsvinn og gjøre det enklere for forbruker å spise mer klimavennlig. Orkla har gjennomført flere nye initiativ i 2019 for å bidra her.

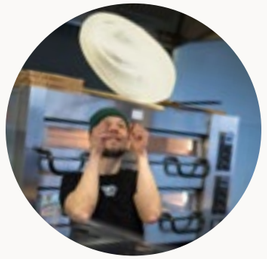
Utviklingen i 2019

Pådriver for klimamerking av mat

For å gjøre det enklere for forbrukerne å gjøre klimasmarte valg også rundt matbordet innførte merkevaren TORO klodemerket, et klimamerke for mat. Det er utviklet i samarbeid med den svenske forskningsinstitusjonen RISE, og bygger på Orklas klimaverktøy som ble utviklet i 2018. Orkla Foods Norge har arrangert workshoper for bransjen, og er en pådriver for å få etablert en felles standard for klimamerking av alle matvarer. Flere av Orklas selskaper har tatt i bruk klimaverktøyet som ligger til grunn for klodemerket. For å inspirere flere restauranter og storhusholdning til å bli mer bærekraftige har Orkla Foods Sverige lansert klimaberegnede oppskrifter og et digitalt verktøy som gjør det enkelt å sette sammen klimasmarte ukemenyer.

Reduserer matsvinn

Orkla deltar i bransjeinitiativ for å redusere matsvinn i både Norge og Sverige. I tillegg gir flere Orkla-selskaper overskuddsmat til gode formål gjennom ulike organisasjoner i flere land. Indiske MTR Foods har matsvinn høyt på agendaen og har i 2019 gjennomført flere tiltak som i sum har redusert matsvinnet med rundt 80 tonn. I Sverige samarbeider Orkla Foods med forbrukere og gir tips til å promotere klimasmarte produkter og selge ut produkter med kort holdbarhet. Flere av Orklas fabrikker har egne utsalg der produkter med små kvalitetsfeil selges til redusert pris.



Feilvare til nedsatt pris

Finlands største pizzakjede Kotipizza ble en del av Orkla i 2019. Kjeden jobber med en rekke miljøtiltak, og gjennomførte i 2019 en kampanje for å redusere matsvinn. Ved å sette «annenrangs» pizzaer på menyen med nedsatt pris unngår man at pizzaer med feil topping eller andre ufarlige avvik blir kastet. Restaurantene som innførte denne ordningen har redusert matsvinnet med 75 %. Samtidig opplever kunder og ansatte at de bidrar til å gjøre en forskjell. I løpet av de første 30 dagene ble mer enn 2.000 «annenrangs» pizzaer solgt, og det tilsvarer en reduksjon i klimagassutslipp på rundt 5 tonn.

Lønnsomme miljøtiltak ved fabrikkene

Orkla jobber langsiktig med å dele beste praksis, bygge kompetanse og bidra med metodikk for arbeidet med matsvinn. Tre nettverk er etablert, hvorav ett for konsernets chipsfabrikker. Gjennom prosjektet har chipsfabrikkene redusert mengden matavfall gjennom de tre siste årene, og besparelsen utgjør 28,4 mill. kroner. I tillegg til å følge opp arbeidet i nettverkene har Orkla jobbet mer direkte med i alt 15 enkeltfabrikker. Arbeidet har gitt gode resultater og bidratt til 40 mill. kroner i kostnadsbesparelser i 2019.

Veien videre

Selskapene fortsetter arbeid med å redusere matsvinn og annet avfall for å nå målet om halvering innen 2025, og de vil følges opp for å sikre god fremdrift. Vi vil engasjere oss aktivt i dialog med lokale avfallsmottak for å bidra til god avfallssortering og optimal utnyttelse.

Orkla og Scandic samarbeider for å redusere klimapåvirkningen

Fra februar 2020 innfører Scandic klimaberegnede menyer på konferanser og arrangementer på alle sine svenske hotell. Hjelpen og inspirasjonen kommer fra Orkla FoodSolutions og konseptet Next is Now. Med nye menyer beregner Scandic å redusere sin klimapåvirkning med drøyt en tredjedel per trerettersmeny.

Frivillig avtale om å redusere matsvinn

Det svenske miljøinstituttet IVL har startet et samarbeidsprosjekt for å utarbeide en frivillig avtale for reduksjon av matsvinn. Orkla Foods Sverige har deltatt i prosjektet sammen med bedrifter og organisasjoner fra hele verdikjeden for mat og i nær dialog med svenske myndigheter. Ambisjonen er å etablere avtalen i 2020. I Norge bidro Orkla til å etablere en tilsvarende bransjeavtale i 2017. Denne har inspirert til felles mobilisering og bidratt til reduksjon i matsvinn i den norske matindustrien og handelen.

TORO lanserer klimamerking av mat

Stadig flere norske forbrukere ønsker å spise mer klimavennlig mat. For å gjøre det lettere å ta klimasmarte valg lanserte derfor TORO i 2019 klodemerket – et klimamerke for mat. Klodemerket gir en veiledning om hvilke produkter som etterlater et lavt klimaavtrykk per porsjon. Hensikten er å gjøre terskelen for å velge klimasmart lavere, slik at forbrukeren kan være trygg på at middagen ikke bare er lett å lage, men også tar hensyn til miljøet. Klodemerket er basert på en klimaskala som er utviklet i samarbeid med forskningsinstitusjonen RISE. Produktene rangeres ut ifra om de har høyt, middels, lavt eller veldig lavt klimaavtrykk. TORO har regnet ut klimaavtrykket per porsjon, basert på tilberedningen som står på pakken. Ingrediensene som er anbefalt tilsatt er også tatt med i utregningen. For at et produkt skal kunne merkes med klodemerket, må klimautslippet for måltidet være på nivået «lavt» eller «veldig lavt», dvs. 0,8 kg CO2e eller lavere, som er innenfor FNs anbefalinger.

Miljøengasjement

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2019	2018	2017	Basisår 2014
Klimapåvirkning[1] og utslipp						
305-1	Klimagassutslipp fra egen virksomhet, scope 1	tCO2e	120 820	120 580	129 345	134 320
305-1	Klimagassutslipp fra bio-energi, scope 1	tCO2e	446	368	369	274
305-2	Indirekte klimagassutslipp, scope 2, lokasjonsbasert beregning	tCO2e	64 780	73 600	74 620	94 800
305-2	Indirekte klimagassutslipp, scope 2, markedsbasert beregning[2]	tCO2e	6 520	11 000	17 840	147 970
305-3	Estimerte klimagassutslipp fra råvarer og emballasje, scope 3[3]	tCO2e	1 618 700	1 526 500	1 340 300	1 187 700
305-4	Utslipp av klimagasser (scope 1 og 2 markedsbasert) pr. årsverk[4]	tCO2e/årsverk	7,2	7,5	8,4	15,6
305-4	Utslipp av klimagasser (scope 1 og 2 markedsbasert) pr. omsetning[4]	tCO2e/ mill. NOK	2,9	3,2	3,8	6,9
305-6	Utslipp av osonnedbrytende gasser fra kjølemedier (ODS)[5]	tCFC-11e	0,016	0,012	0,012	0,014
305-7	Utslipp av svoveldioksid	Tonn	11	12	16	16
305-7	Utslipp av nitrogenoksid	Tonn	99	99	103	107
Effektiv ressursutnyttelse						
302-1	Elektrisitet fra egenprodusert vannkraft, solgt	GWh	2 160	2 320	2 760	2 570
302-1	Total energiforbruk egen virksomhet	GWh	1 087	1 100	1 116	1 085
302-1	Total energiforbruk fra fornybare kilder, inkl. opprinnelsesgarantier (markedsbasert metode)	GWh	466	464	437	-
302-1	Energiforbruk - fossilt brensel[6]	GWh	567	566	596	494
302-1	Energiforbruk - fossilfri brensel	GWh	54	49	51	82
302-1	Energiforbruk - innkjøpt elektrisk energi	GWh	421	438	424	464
302-1	Energiforbruk - innkjøpt varmeenergi, inkl. fjernvarme	GWh	45	47	45	46
302-3	Energiforbruk pr. årsverk[7]	MWh/årsverk	61,5	62,4	63,5	65,9
302-3	Energiforbruk pr. omsetning[7]	MWh/mill. NOK	24,9	26,9	28,4	28,9

[1] Beregningene er basert på Greenhouse Gas Protocol Initiative (GHG protocol). Inkluderer CO2, CH4, N20, HFC, PFC, SF6 og NF3. Historiske tall er korrigert for ny informasjon
[2] Markedsbaserte utslipp tar hensyn til opprinnelsesgarantier for strøm
[3] Råvarer og emballasje utgjør ca. 90-95 % av utslipp fra scope 3-aktiviteter. Basisåret 2014 reflekterer historiske tall, ikke justert for senere oppkjøpt virksomhet
[4] Basisåret 2014 reflekterer historiske tall, ikke justert for senere oppkjøpt virksomhet
[5] ODS; Ozon depleting substances

Fortsetter på neste side

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2019	2018	2017	Basisår 2014
Effektiv ressursutnyttelse						
303-1	Totalt vannforbruk egen virksomhet	Mill. m3	7,3	7,6	8,2	8,2
303-1	Vannforbruk fra eksternt vannverk	Mill. m3	4,6	5,0	5,1	7,3
303-1	Vannforbruk fra grunnvann	Mill. m3	2,8	2,6	3,2	0,8
303-1	Vannforbruk fra regnvann og overflatevann	Mill. m3	0,0	0,0	0,0	0,0
303-3	Vann resirkulert i egen virksomhet	%	0,0	0,1	0,1	-
306-1	Utslipp av avløpsvann til sjøvann	Mill. m3	0,1	0,1	0,0	-
306-1	Utslipp av avløpsvann til eksterne renseanlegg	Mill. m3	3,7	3,6	3,9	7,0
306-1	Utslipp av avløpsvann til overflatevann	Mill. m3	1,9	1,9	2,0	0,4
306-1	Utslipp til vann- BOF	Tonn	5 160	5 760	5 430	4 870
306-1	Utslipp til vann- KOF	Tonn	5 950	6 650	6 050	5 900
306-1	Utslipp til vann – partikler	Tonn	2 530	2 730	-	-
306-1	Utslipp av avløpsvann i områder eksponert for vannmangel	Mill. m3	0,1	0,1	0,1	0,1
306-2	Organisk avfall	Tonn	84 080	85 600	74 850	90 000
306-2	Organisk avfall pr. omsetning	Tonn/mill. NOK	1,9	2,1	1,9	2,2
306-2	Ikke farlig avfall - sortert	Tonn	12 250	11 950	13 350	17 500
306-2	Ikke farlig avfall - blandet	Tonn	12 600	14 900	11 700	10 700

Annet

306-2	Farlig avfall	Tonn	254	296	216	392
306-3	Utslippsavvik	Antall	3	6	19	-
307-1	Bøter og sanksjoner for brudd på miljøregelverk	Antall	1	1	1	-
307-1	Bøter for brudd på miljøregelverk	Mill. NOK	0	0	0	0

[6] Omfatter bruk av naturgass, propan, olje, diesel, bensin. Orkla benytter standard omregningsfaktorer for ulike typer brensel
[7] Total energiforbruk i egen virksomhet, alle typer. Basisåret 2014 reflekterer historiske tall, ikke justert for oppkjøpt virksomhet

Samarbeid for bærekraftig råvare-produksjon

I Orkla øker vi nå innsatsen for avskogingsfri leveran-dørkjeder. Samtidig fortsetter arbeidet med å fremme bærekraftig råvareproduksjon.

Det store bildet

Ødeleggelsen av Amazonasregnskogen og skogbrannene i Brasil har løftet skogbevaring opp på den internasjonale agendaen. Et nytt investorinitiativ mener ødeleggelsene av regnskogen er en trussel mot verdensøkonomien, og krever at bedrifter umiddelbart iverksetter tiltak for å få slutt på avskoging i virksomheten og leverandørkjedene. Samtidig fører ekstremvær og økende vannmangel til mindre forutsigbarhet i globale råvaremarkeder. Problemstillinger som bærekraftig landbruk og moderne slaveri skaper bredt engasjement og påvirker både politikk og forretningspraksis. Stadig flere globale mat- og drikkeselskaper investerer i egne forbedringsprogram for viktige råvarer.

Vår påvirkning

For Orkla er det viktig å bruke råvarer som er bærekraftig produsert og at tilgangen på disse er stabil. Matproduksjonen vår gjør oss til en av de største innkjøperne av jordbruks- og fiskeråvarer i Norden. Klimaendringene gir behov for å øke innsatsen for å fremme bærekraftig jordbruk. I flere av markedene våre samarbeider vi med lokale bondegårder for å få tilgang til lokalproduserte grønnsaker og viktige jordbruksråvarer av høy kvalitet - fra sukkerbeter i Skåne til potetdyrking i alle markeder der vi produserer chips. En sterk vekst i salget av plantebaserte matvarer har ført til knapphet på enkelte jordbruksråvarer, og Orkla engasjerer seg i dialog med leverandører og landbruket for å fremme produksjon av disse råvarene.

Enkelte av råvarene Orkla kjøper, som kakao, soya og palmeolje, er forbundet med komplekse sosiale og miljømessige utfordringer. Vi engasjerer oss derfor i forbedringsprosjekter i verdikjeden og samarbeider nært med leverandørene våre. Vi stiller tydelige krav, følger opp gjennom regelmessig dialog og bidrar til bærekraftig råvareproduksjon gjennom sertifiseringer og andre forbedringstiltak. Fremover ser vi et behov for å investere mer i forbedringsprogrammer for å bidra til en bærekraftig utvikling og sikre tilgang til viktige råvarer på lang sikt. Arbeidet vårt med bærekraftige innkjøp bidrar positivt til FNs bærekraftsmål 2, 8, 14, 15 og 17.

Vår tilnærming

En detaljert beskrivelse av våre rutiner og arbeidsprosesser for bærekraftige innkjøp er tilgjengelig på Orklas nettsider under resultater og rapportering.

Bærekraftsmål frem mot 2025

- Sikre respekt for arbeidstakerrettigheter
- Sikte mot 100 % råvarer fra bærekraftige kilder
- Sikte mot 100 % resirkulerbar emballasje
- Fremme rene hav og bærekraftig fiske

Næringslivsopprop for en global naturavtale

I Orkla ønsker vi å bidra til å ta vare på naturmangfold gjennom forbedringsarbeid i egen virksomhet, engasjement i leverandørkjeden, innovasjon og ved å fremme bærekraftig forretningspraksis. Orkla signerte i april 2019 WWFs næringslivsopprop for en internasjonal naturavtale. WWF ønsker at det etableres en internasjonal og forpliktende naturavtale tilsvarende Parisavtalen for klima. Vi i Orkla er helt enig med WWF og tror dette er viktig for å samordne innsatsen på tvers av land og oppnå nødvendig fremdrift. Ifølge WWFs Living Planet Report for 2018 har verdens bestander av ville dyr gjennomsnittlig sunket med 60 prosent siden 1970, og utviklingen er negativ også for viktige naturtyper og økosystemer.

Foto: Dmitry Deshevykh / WWF-Russia

Visste du at...?

- Orkla er medlem av Sustainable Agriculture Initiative Platform og deltar i arbeidsgrupper for bærekraftig produksjon av mandler, meierirråvarer og viltvoksende vekster.

- Orkla Foods Sverige samarbeider med Statens lantbruksuniversitet om bærekraftig dyrking av svenske belgvekster. Selskapet samarbeider også med universitetet i Lund om raps som proteinkilde.

- Orkla Foods Sverige deltar i nettverket Hållbar Livsmedelskedja som er i ferd med å utarbeide en plan frem til 2030 for å sikre bærekraftig svensk landbruk.

- Naturli' samarbeider med Aarhus Universitet om forskning på plantebaserte råvarer.

Utviklingen 2019

Avskogingsfri leverandørkjeder

For råvarer fra tropiske områder samarbeider Orkla med utvalgte leverandører som gjennomfører egne program for å sikre avskogingsfri råvareproduksjon. I 2019 har vi kartlagt status for leverandørenes arbeid og identifisert forbedringsbehov. For palmeolje har Orklas leverandører gode rutiner for opplæring og oppfølging av møller og gårder, og ser positive resultater fra større forbedringsprogrammer. Det er imidlertid behov for økt innsats for å støtte omstillingen til bærekraftig jordbruk for det store antallet småbønder. Ingen av Orklas merkevarer i de nordiske landene inneholder palmeolje. Orklas bruk av palmeolje er primært knyttet til selskapene i Orkla Food Ingredients, og kategorien margarin. Arbeidet med leverandøroppfølging og RSPO-sertifisering (Roundtable for Sustainable Palm Oil) har fortsatt, og andelen sertifisert palmeolje utgjør nå 87 %.

Bærekraftige råvarer

Orkla har en positiv utvikling i andelen sertifiserte råvarer i 2019. Mesteparten av kakaoen, palmeoljen og soyaen Orkla kjøper fra risikoområder er nå sertifisert. Orkla har utviklet en ny kakaostrategi og vil øke innsatsen fremover for å bidra til å løse utfordringer knyttet til sporbarhet, barnearbeid og minstelønn i forbindelse med kakaoproduksjon. Den nye strategien vil innføres i 2020 og gjelder for alle Orklas selskaper.

Som en følge av rapporter om brudd på arbeidstakerrettigheter i forbindelse med dyrkingen av hasselnøtter i Tyrkia har Orkla gjennomført en grundigere risikokartlegging gjennom befaring og dialog med leverandører, bønder og UTZ. Som et resultat av dette

har flere av Orklas selskaper besluttet å gå over til UTZ-sertifiserte hasselnøtter. For cashewnøtter deltar Orkla i et treårig samarbeidsprosjekt i regi av Etisk handel Norge med støtte fra Norad. I 2019 er det gjort en kartlegging av risikoforhold hos produsenter i Vietnam og etablert dialog om forbedringstiltak og oppfølging.

Bærekraftige tekstiler

Pierre Robert Group tar en lederrolle i å redusere miljøbelastningen fra tekstiler og bevisstgjøre forbrukerne. Selskapet har nå oppnådd 100 % sertifisering for alle sine bomullsprodukter under Pierre Robert-merket og jobber med en gradvis overgang for resten av porteføljen. For å øke bevisstheten rundt arbeidsrettigheter har selskapet gjennomført et opplæringsprogram i samarbeid med organisasjonen QuizRR og Etisk handel Norge for alle ansatte ved fem kinesiske fabrikker.

Dyrevelferd

Orkla har i 2019 hatt dialog med viktige leverandører om konsernets dyrevelferdspolicy som ble vedtatt i 2018. Flere Orkla-selskaper har gått over til egg fra burfri høns i sine matvarer, og Orkla har utarbeidet en ny policy med sikte på full overgang til egg fra burfrie høns innen 2025 for alle egne merkevarer. Pierre Robert deltar i et program for å bedre arbeidsforholdene og fremme god dyrevelferd på merinosaugårder i Sør-Afrika. 20 gårder og 7 leverandører omfattes av prosjektet, og det ledes av Etisk handel Norge.

Bærekraftig fiske

Orkla har et godt samarbeid med organisasjonen Marine Stewardship Council om bærekraftig fiske, men Orklas andel MSC-sertifiserte fiskeråvarer i 2019 har ikke økt som forventet. For både makrell og sild er de internasjonalt avtalte fiskekvotene høyere enn anbefalingene fra ekspertorganisasjonen ICES. Inntil situasjonen endres vil det ikke være mulig å oppnå sertifisering av disse råvarene. Orkla har derfor trappet opp dialogen med norske myndigheter for å påvirke til økt politisk innsats for å sikre bærekraftig fiskeforvaltning.

Veien videre

Klimaendringene gir behov for å øke innsatsen for bærekraftig jordbruk og fiske. For Orkla innebærer det økte investeringer i forbedringsprogram for viktige råvarer som kakao. Et annet satsingsområde fremover er bærekraftig fiske relatert til merker som Möller's, Abba, Kalles og Stabbur-Makrell. For enkelte råvarer vil Orkla utvide samarbeidet med kontraktsdyrkere og støtte omleggingen til dyrkingsmetoder som reduserer klimautslipp, bevarer naturmangfold og gir økt beskyttelse mot ekstremvær.

Visste du at...?

Orkla har i alt **6000** miljøsertifiserte produkter, 19 % flere enn året før.

95 % økning i svanemerkede produkter

22 % økning i UTZ eller FairTrade-sertifiserte kakaobaserte produkter.

Sterk satsing på miljø-vennlig emballasje

Miljøutfordringene ved engangsplast har skapt et bredt engasjement for å finne nye emballasje-løsninger. I Orkla mobiliserer vi nå på tvers av selskaper og land for å ta i bruk resirkulert plast og fremme overgangen til sirkulære verdikjeder.

De siste årene har Orkla gjennomført et omfattende kompe-tanseløft knyttet til plast og annen emballasje. Rundt 20 % av emballasjen Orkla bruker er plast i ulike former. Plast har en viktig funksjon når det gjelder å beskytte produktene og forlenge hold-barheten deres, og det kan være det beste emballasjematerialet også fra et miljøperspektiv dersom vi forhindrer plastforsøpling og lykkes i å øke plastgjenvinningen. Ved valget av emballasje legger vi vekt på at både materialet og utformingen skal gjøre emballasjen enkel å gjenvinne.

Utviklingen i 2019

Satsing på bærekraftig emballasje

Orkla har økt innsatsen for å optimere emballasjen, redusere mengden plast, designe emballasjen for enkel gjenvinning og utvikle nye emballasjeløsninger basert på gjenvinnbare, resir-kulerte eller fornybare materialer. Vi har styrket samarbeidet med kompetansemiljøer, forskere, eksterne eksperter, orga-nisasjoner og andre selskaper for å finne gode og innovative løsninger.

Design for gjenvinning

Flere av selskapene har lagt ned betydelige ressurser i å utvikle plastemballasje som kan gjenvinnes og bli til nye plast-produkter. Blant annet har Orkla Confectionery & Snacks Norge lansert markedets første chipspose i monoplast og planlegger å ta dette i bruk også på resten av snacksporte-føljen. Flere sjokoladeprodukter fra Nidar er relansert med tilsvarende emballasje og med mindre luft i pakningen. 94 % av emballasjen Orkla brukte i 2019 var laget av materialer som er mulige å gjenvinne.

Bærekraftsmål frem mot 2025

- 100 % gjennvinnbar emballasje
- 75 % emballasje fra resirkulerte materialer
- 50 % plastemballasje fra resirkulerte eller fornybare materialer

KiMs lanserer Norges første gjenvinnbare chipspose

Potetgullposer med metallbelegg på innsiden har vært standarden. Som første aktør på det norske markedet lykkes Orkla Confectionery & Snacks med å utvikle en gjenvinnbar chipspose. Høsten 2019 ble KiMs relansert i denne innovative posen. Ved å endre emballasjen fra metallisert folie til monoplast kan chipsposene resirkuleres som plast og ikke restavfall som tidligere. For å gjøre det enkelt for forbrukerne, er dette merket tydelig på chipsposen. Rundt 3,4 millioner resirkulerbare chipsposer ble sendt ut på markedet i 2019, og estimatet er rundt 10 millioner poser i 2020. I tillegg er de nye posene litt mindre i størrelsen, slik at det går med mindre plast til lik mengde potetgull. Det vil gi en miljøbesparelse på ca. 8,5 tonn mindre plast i 2020.

Emballasje fra resirkulerte og fornybare materialer

Vi jobber aktivt for å bruke mer resirkulerte materialer i emballasjen vår, og andelen utgjorde rundt 35 % i 2019. Möller's har relansert sine populære omega-3 kapsler i en boks laget av 100 % resirkulert plast. Vi bruker gjenvunnet PET i saftflasker fra FUN Light og BOB, Felix-ketchupflasker og produkter for personlig pleie og rengjøring. Jif wipes er lansert i et fornybart materiale uten plast. Innenfor bakerisektoren har Bako lansert et bredt utvalg av engangsprodukter for serveringsmarkedet i alternativer til plast, og Nic har lansert plastfrie emballasjealternativer for det profesjonelle iskremmarkedet. Kotipizza erstattet sugerør, glass og lokk i plast med fiberbaserte alternativer i sine pizzarestauranter.

Orkla ønsker å bidra til å skape et marked for resirkulerte materialer ved å etterspørre slike alternativer og utvikle alternativer til fossil plast som tilfredsstiller våre krav til mattrygghet og produktkvalitet. Tilgangen til gjenvunnet plast som er egnet for matemballasje er meget begrenset, og fiberbaserte alternativer har ofte ikke de nødvendige barriereegenskapene. Vi har derfor diskutert dette med emballasjeleverandører, avfallssektoren og eksterne fagmiljøer for å forstå hvilke utfordringer og muligheter som finnes på området.

Veien videre

Bærekraftig emballasje er en av våre viktigste prioriteringer også for 2020. Vi vil engasjere oss aktivt i samarbeidsprosjekter med leverandører, relevante fagmiljøer og andre selskaper for å utvikle resirkulerbar emballasje og øke bruken av resirkulerte

og fornybare materialer. Samtidig ønsker vi å bidra aktivt til å skape et marked for resirkulert plast ved å øke bruken av dette.

Vil utvikle spormerking av emballasje

Orkla ønsker å øke bruken av resirkulert plast, men for matprodukter er det i dag vanskelig å finne denne type materialer som tilfredsstiller nødvendige krav til mattrygghet. I jakten på nye løsninger deltar Orkla i det internasjonale prosjektet HolyGrail, der flere ledende selskaper er med. Prosjektet ledes av Procter & Gamble med finansiering fra Ellen MacArthur Foundation. Målet er å utvikle et vannmerke for emballasje som gjør det mulig å spore emballasjen gjennom verdikjeden. Ved å identifisere plasttype og tidligere bruksområder, kan disse sorteres mer presist og kvaliteten på den resirkulerte plasten forbedres. Som en del av prosjektet har Orkla gjennomført demotester på Idun ketchupflasker og Klar-såpeflasker.

Visste du at...?

Vi er med i flere forskningsprosjekter for å bygge kompetanse om hvordan vi kan gjøre oss mindre avhengig av plast fremover:

- Orkla Home & Personal Care har engasjert seg i et forskningsprosjekt med Norges handelshøyskole, Høgskolen i Innlandet og flere andre aktører. Prosjekt SustainX skal blant annet gi innsikt i hvordan forbrukerne kan påvirkes til å ta grønnere valg, og hvordan denne kunnskapen kan integreres i nye og lønnsomme forretningsmodeller.

- Orkla er aktivt med i det treårige forskningsprosjektet FuturePack, som skal utvikle ny kompetanse og teknologi for å gjøre fremtidens plastemballasje mer miljøvennlig, med mer biobasert og gjenvunnet plast. Prosjektet er et samarbeid mellom en rekke universiteter, bedrifter og organisasjoner.

- Flere Orkla-selskaper er med i det norske samarbeidsprosjektet «Design for gjenvinning» i regi av Grønt Punkt. Hensikten er å få kunnskap om hvilke endringer i materialvalg og utforming som gjør emballasjen lett å gjenvinne.

- Orkla Foods Sverige deltar i forskningsprogrammet STEPS ved Universitetet i Lund for å få kunnskap om det nyeste innenfor forskning på plast og få innsikt som kan bidra i arbeidet for en mer bærekraftig bruk av plast.

Sterkt engasjement for rene hav

Vi i Orkla ønsker å være en pådriver for å løse utfordringene med plast i havet. Derfor har vi engasjert oss sammen med resten av bransjen og myndigheter for å finne løsninger.

Hvert år havner millioner tonn plast i havet. For å ha et levende hav i fremtiden må vi finne nye løsninger for å hindre at mer plast finner veien til havet. Vi må både redusere plastbruken og skape en sirkulær økonomi for plast. Orkla er aktive på flere områder for å bidra til dette.

Orkla støtter europeisk plasterklæring

Gjenvinning av mer plast er avgjørende for å løse klimautfordringene. Vi i Orkla støtter derfor det europeiske samarbeidsinitiativet The Circular Plastics Alliance og har bidratt til utarbeidelsen av plasterklæringen som ble lansert høsten 2019. Ved å signere erklæringen forplikter Orkla og de andre aktørene seg til å designe produkter og emballasje for gjenvinning, bruke mer resirkulert plast og øke etterspørselen etter resirkulert plast. Målet er å ta i bruk 10 millioner tonn gjenvunnet plast i Europa innen 2025.

Utviklingen i 2019

Samarbeid for å unngå plast i havet

Norge har tatt en internasjonal lederrolle for å bekjempe plastavfall i havet. Flere nye initiativ, blant dem et plastpartnerskap, ble lagt frem av regjeringen under en FN-konferanse i Genève mai 2019. Vi i Orkla ble invitert med for å dele erfaringer fra Orklas arbeid med plast.

Veikart for mer bærekraftig plastemballasje

Orkla har ledet bransjeprosjektet Forum for sirkulær plastemballasje som har lansert et veikart for hvordan aktørene i verdikjeden for emballasje i Norge kan bidra til å realisere den europeiske strategien for plast i en sirkulær økonomi. Prosjektet la frem forslag til virkemidler og tiltak for å nå målene EU har satt for gjenvinning av plastemballasje, og overrakte dette til den norske regjeringen under Arendalsuka i august 2019.

Orkla tar plastløftet

Orkla var blant de aller første selskapene i Norge som signerte Plastløftet, med mål om å styrke den sirkulære plastøkonomien. Bedrifter som tar løftet skal jobbe aktivt for å øke andelen av resirkulert plast i sin emballasje, unngå unødig plastbruk og designe emballasje som er enklere å gjenvinne. Grønt Punkt Norge står bak Plastløftet, som er lagt over samme lest som EUs nye bærekraftsmål for 2025 og 2030.

Dialogmøter med interesseorganisasjoner

Orkla har god dialog med både miljøorganisasjoner og eksterne fagmiljøer om utfordringene knyttet til plastforsøpling. Vi har i 2019 deltatt i flere eksterne panelsamtaler om plastgjenvinning

og sirkulære forretningsmodeller, og har hatt flere møter med organisasjonen In The Same Boat som driver utstrakt plastrydding av den norske kysten.

Strandrydding

Orkla er med på å rydde strender for plast og søppel og samarbeider nært med organisasjoner som Hold Norge Rent og Håll Sverige Rent. Orkla Suomi støtter organisasjonen John Nurminen Foundation og deres arbeid for å verne om rent hav i Østersjøen. Merkevaren Klar har adoptert en strand på Håøya i Oslofjorden og gjennomfører flere årlige ryddedugnader. Danske Naturli' Foods samarbeider med organisasjonen Strandet, som har spesialisert seg på å gjenbruke havplast og gi det nytt liv.

Veien videre

Orkla vil fortsette samarbeidet med andre aktører i emballasjeverdikjeden om viktige tiltak for å forbedre innsamling, sortering og gjenvinning av brukt plastemballasje. Blant annet vil vi delta i utviklingsarbeidet til Circular Plastics Alliance og samarbeidsprosjekter innenfor Forum for sirkulær plastemballasje.

Bærekraftige innkjøp

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2019	2018	2017
Ansvarlige innkjøpsrutiner					
308-1	Andel nye leverandører vurdert mht miljørisiko	%	100	100	100
308-2	Leverandører vurdert mht miljørisiko gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	104[1]	307	373
308-2	Leverandører hvor miljøavvik er identifisert	Antall	5	7	8
308-2	Andel av leverandører med miljøavvik hvor forbedring er avtalt	%	100	100	-
308-2	Andel av miljørelaterte avvik som er utbedret	%	63	75	55
308-2	Andel av leverandører med miljøavvik hvor avtalen er avsluttet	%	0	0	-
414-1	Andel nye leverandører risikovurdert mht sosiale forhold	%	100	100	100
414-2	Leverandører vurdert mht sosiale forhold gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	104	75	67
414-2	Leverandører hvor avvik knyttet til sosiale forhold er identifisert	Antall	46	33	35
414-2	Andel av leverandører med avvik knyttet til sosiale forhold hvor forbedring er avtalt	%	100	100	-
414-2	Andel avvik knyttet til sosiale forhold som er utbedret	%	78	57	26
414-2	Andel av leverandører med avvik knyttet til sosiale forhold hvor avtalen er avsluttet	%	0	0	-
204-1	Andel av innkjøp fra lokale leverandører[2]	%	56	56	63
Bærekraftige råvarer					
301-1	Forbruk råvarer[3]	Tonn	884 000	959 200	1 037 600
301-1	Andel fornybare råvarer[4]	%	96	94	-
FP2	Andel sertifisert kakao av totalt innkjøpt volum (UTZ Certified eller Fairtrade)	%	77	77	67
FP2	Andel sertifiserte marine råvarer av totalt innkjøpt volum (MSC eller ASC)	%	78	85	92[5]
FP2	Andel sertifisert palmeolje og palmekjerneolje av totalt innkjøpt volum	%	87	75	42
	- RSPO SG	%	38	31	26
	- RSPO MB	%	18	17	12
	- RSPO Credits	%	31	28	4
FP2	Andel sertifisert soya (Roundtable on Responsible Soy, ProTerra, Donau Soja, U.S. Soy Sustainability Assurance Protocol, EU Organic)	%	55	-	-
FP2	Andel hygiene- og renholdsprodukter med miljømerking (Svanemerket, Bra Miljöval)[8]	%	61	-	-
FP2	Andel tekstilprodukter med Svanemerket	%	5	4	11[6]
FP2	Andel økologisk sertifisert bomull av totalt innkjøpt volum (GOTS)	%	57	41	28[6]
FP2	Andel verifisert mulesing-fri merinoull av totalt innkjøpt volum	%	100	100	100

Bærekraftige innkjøp

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2019	2018	2017
Bærekraftig emballasje					
301-1	Andel emballasje med materialer fra fornybare kilder[9]	%	29	31	-
301-2	Andel av total emballasje med innhold av resirkulert materiale[9]	%	35	44	-
Egendefinert	Andel av total emballasje som kan materialgjenvinnes [9]	%	94	94	90
301-1	Forbruk av emballasje, alle typer[9]	Tonn	151 742	133 500	136 600
301-1	Forbruk av plastemballasje[7,9]	Tonn	29 750	27 110	-
301-1	Forbruk av emballasje pr omsetning, alle typer[9]	Tonn/mill. NOK	3 480	3 270	3 450

[1] Eksklusiv mattrygghetsrevisjoner
[2] Leverandører som befinner seg i samme land som Orklas mottakende virksomhet
[3] Råvarer til egen produksjon, ekskl. innkjøpte ferdigvarer
[4] Omfatter råvarer fra landbruk, andel av samlede råvarer (innkjøpsverdi)
[5] Gjelder Orkla Foods
[6] Ikke justert for senere oppkjøpt virksomhet
[7] Omfatter både ren plastemballasje og sammensatte materialer
[8] Orkla Care ekskl. Polen og Riemann
[9] Forbedret rapportering gjør at dataomfanget for 2019 er større enn tidligere

Gjør det enklere å ta sunne valg i hverdagen

Vi i matbransjen må gjøre det enklere å spise sunt, grønt og bærekraftig. Orkla øker derfor satsingen på plantebasert mat. Samtidig fortsetter vi arbeidet med å gjøre folkefavorittene sunnere og utvikle produkter som møter helsetrender.

Det store bildet

Den sterke oppmerksomheten om sammenhengen mellom mat, helse og klima er satt tydelig på agendaen gjennom flere nye rapporter. FNs klimapanel anslår at verdens kjøttforbruk må halveres for at vi skal nå verdens klimamål. Stadig flere forbrukere ønsker å spise sunt og bærekraftig, og etterspørselen etter plantebasert mat øker kraftig. Livsstilsrelaterte sykdommer som følge av overvekt er en stor global helseutfordring, og myndighetene fortsetter innsatsen for å bedre kostholdet i befolkningen. Det pågår en aktiv diskusjon i Europa omkring merkeordninger, avgifter og andre tiltak for å redusere forbruket av sukker, salt og mettet fett. Dreiningen mot økt forbruk av plantebasert mat og sunnere produkter forsterkes av at mange dagligvarekjeder og andre profesjonelle kunder i stadig større grad etterspør denne typen produkter. For Orkla representerer dette innovasjonsmuligheter.

Vår påvirkning

Orkla bidrar til en bedre folkehelse ved å redusere salt og sukkerinnholdet i stadig flere matvarer og produkter som inngår i det daglige kostholdet til mange mennesker. I Norge har befolkningens sukkerinntak gått ned med 27 % de siste ti årene. Tilsvarende har saltnivået i produktkategorier som tradisjonelt bidrar med mye salt gått ned siden 2015, ifølge data fra Saltpartnerskapets sluttrapport.

Orkla møter sunnhetstrenden med stadig flere «Better-4You»-alternativer innenfor snacks, kjeks og mellommåltider og produkter skreddersydd for ulike helsebehov. Innenfor bakeribransjen tilbyr Orkla Food Ingredients en innovativ portefølje med sunne og grove bakervarer, og veganske brød og kaker. Orkla er godt posisjonert for den grønne og plantebaserte trenden og forventer sterkt vekst for denne type produkter i flere markeder. Orkla har satt offensive innovasjonsmål, og alle selskaper har planlagt tiltak for å øke omsetningen av sunne produkter og redusere forbruket av salt og sukker for strategiperioden 2019-2021.

Vår tilnærming

En detaljert beskrivelse av rutiner og arbeidsprosesser for arbeidet vårt med ernæring og sunnhet er tilgjengelig på Orklas nettsider under resultater og rapportering.

Bærekraftsmål frem mot 2025

- Doble forbruket av produkter og tjenester som bidrar til en sunnere livsstil[1]
- 15 % mindre salt og sukker[2]
- Inspirere til en sunnere livsstil

[1]Gjelder utvalgte produkttyper. Basisår 2017

[2]Gjelder reduksjon i det samlede forbruket av salt og sukker fra Orklas matvarer. Basisår 2015

Arbeidet med ernæring og sunnhet bidrar til FNs globale bærekraftsmål 3.

Sunn vekst med Paulúns

Orklas helsemerke Paulúns er lansert i en rekke markeder med et bredt sortiment av produkter som gjør det enkelt å spise god og velbalansert mat gjennom hele dagen. Alle produktene er laget av gode råvarer, er helt uten sukker og fri for tilsetningsstoffer. Blant nyhetene som er lansert i 2019, er den Los Angeles-inspirerte frokostblandingen Paulúns Nötsmörsbakad SOFT Müsli og nye varianter av Paulúns Superlunch og Paulúns nøttebarer. Paulúns selges nå i 6 land, i Norge under merket Bare Bra. Orklas omsetning av disse produktene var på totalt 269 millioner kroner i 2019, en vekst på 9 % fra året før.

Samarbeid for en bedre folkehelse

Orkla samarbeider nært med myndigheter og matbransjen i flere land for å bidra til en bedre folkehelse. Vi har også i 2019 god fremgang i arbeidet med å gjøre vår eksisterende produktportefølje sunnere med mindre salt og sukker.

Interessen for helse og sunn mat har lenge vært en tydelig trend, ikke bare i Norden, men også i Baltikum og Sentral Europa. Orkla har gjennom flere år jobbet målrettet med å gjøre produktporteføljen sunnere og utvikle matvarer med mindre salt og sukker. For å lykkes med å endre befolkningens smakspreferanser i en sunnere retning må endringen skje gradvis og bransjen og myndighetene må spille på lag. Derfor jobber Orkla aktivt inn mot myndighetene og er en pådriver for bransjeinitiativ.

Utviklingen i 2019

Sunnere folkefavoritter

Orkla har god fremdrift i arbeidet med å gjøre den eksisterende produktporteføljen sunnere. Samtlige forretningsområder har satt dette høyt på agendaen. Orklas samlede forbruk av sukker og salt er redusert med henholdsvis 10 % og 7 % siden 2015*. Vi har i 2019 redusert sukkerinnhold i kategorier som syltetøy, saft og drikker, ketchup, kjeks, marsipan, kaker, slush-is, barer og sjokolade. Saltinnholdet er blant annet redusert i våre brødmikser, ferdigmat, pølser, sauser og dressinger, ketchup, chips og kjeks. Effekten av dette arbeidet er 1.825 tonn mindre sukker og 83 tonn mindre salt i 2019.

Det langsiktige arbeidet med å redusere sukker og salt i et bredt utvalg av produkter har resultert i at Confectionery & Snacks Norge har det laveste snittnivået av sukker og salt i samtlige produktkategorier.

Pådriver for å endre bransjepraksis

I Norge har Orkla forpliktet seg til intensjonsavtalen for sunnere mat, som er et felles initiativ mellom myndighetene og bransjen, med konkrete mål for reduksjon av sukker og salt. Orkla har deltatt i møter for å følge opp bransjens arbeid for å gjøre hverdagsmaten sunnere. Samarbeidet er vellykket, og majoriteten av alle nye lanseringer fra Orkla har nå et saltinnhold på nivå med- eller lavere enn saltmålene som er satt i det norske saltpartnerskapet. For å oppnå samme type endring i forbrukerpreferanser i øvrige land, er det avgjørende at hele bransjen jobber sammen om å redusere salt og sukker i produktene sine. Etter modell fra den norske intensjonsavtalen for bedre kosthold, etablerer nå myndighetene og mat- og drikkenæringen i Danmark et samarbeid som skal gjøre det enklere for danske forbrukere å ta sunne matvalg. Orkla er aktivt med på dette. I tillegg jobber Orkla for å få på plass en tilsvarende samarbeidsavtale mellom bransjen og myndighetene i Sverige.

*Forbedrede rapporteringsrutiner gjør at datagrunnlaget for 2019 er noe endret

Forsker på nye måter å redusere salt på

I Sverige samarbeider Orkla med myndigheter, matindustrien, forskning og andre bedrifter for å finne nye og innovative måter å redusere salt i ulike matkategorier på. Målet er å redusere salt uten å gå på kompromiss med smaken.

Sunn mat for barn i barnehage og skole

Orkla Foods-selskapene ønsker å bidra til et sunt kosthold for barn og har engasjert seg i flere nye initiativ. Med konseptet Next is Now gjør Orkla FoodSolutions det enklere for svenske skoler å løfte frem sunnere mat og vegetariske retter på menyen. De har også utviklet bærekraftige og enkle oppskrifter på barnas favorittretter med mindre kjøtt og mer grønt. Orkla Foods Norge har utviklet nettportalen Barebramat.no, som tilbyr oppskrifter og levering av mat til barnehager. Konseptet er mer variert kost, mer grønnsaker og fisk, og mer matglede.

Veien videre

Orkla har oppnådd betydelig reduksjon av salt og sukker over mange år og vil fortsette innsatsen fremover. Vi ønsker å være pådrivere for å etablere felles initiativ mellom bransje og myndigheter også i andre markeder vi er tilstede. Samtidig ser vi behovet for å øke forskningsinnsatsen for å nå målet om 15 % reduksjon innen 2025. Flere av selskapene er i ferd med å øke satsingen på kurs, veiledning og andre tiltak for å gjøre det enklere for offentlige institusjoner og profesjonelle kjøkken å servere sunne måltider.

Sunnere folkefavoritter

Knusper Müsli
Knusper Müsli er uten tilsatt sukker og med 48 % fullkorn. Esken er av resirkulert materiale (Østerrike)

FELIX
Felix økologisk ketchup, med mindre salt og sukker (Østerrike)

OLW-chips
Chips laget av linser, kikerter og bønner. Høyt proteininnhold og 40 % mindre fett (Sverige)

BOB
Bær- og fruktsaft uten tilsatt sukker (Sverige)

Visste du at...?

- Orklas omsetning av nøkkelhullsmerkede produkter var på rundt 679 mill. kroner i 2019, en vekst på 37 % fra året før.
- Siden 2015 har Orkla Foods Sverige fjernet 100 tonn salt fra matvarene sine.
- Orkla Confectionery & Snacks Norge har redusert saltinnholdet i snacks og kjeks med 7 % siden 2015. Sukkerinnholdet i kjeks er redusert med 7 % siden 2018.
- Orkla Food Ingredients bidrar til en sunnere bakeribransje ved å arrangere inspirasjonskurs og messer, i tillegg til at de tilbyr kundene en egen nettportal med sunnere oppskrifter og ernærings-relatert produktinformasjon.

Innovasjoner for en sunnere livsstil

Sterk satsing på plantebasert

Vi tror fremtidens bærekraftige og sunne mat inneholder mer grønt og mindre kjøtt. Gode og enkle vegetar- og veganske løsninger har derfor vært utgangspunktet for flere av Orklas lanseringer i 2019.

Orkla har i 2019 styrket satsingen på plantebasert mat med flere nye lanseringer som gjør det enklere å velge kjøttfritt i hverdagen. Samtidig er våre sterkeste merkevarer på vegetar og vegansk, Naturli' og Anamma, rullet ut i flere nye markeder. Confectionery & Snacks har en sterk vekst med nye innovasjoner som plantebasert chips.

Utviklingen i 2019

Salgsvekst for plantebaserte alternativer til kjøtt

Orkla ser en sterk vekst i salget av plantebasert mat, og omsetningen fra de to største merkevarene, Anamma og Naturli', utgjorde 500 mill. kroner i 2019, en vekst på 40 % fra året før. Både Anamma og Naturli' tilbyr plantebaserte alternativer til kjøtt, blant annet plantebasert farse, burgere, pølser og andre middagsalternativer. Veksten er sterkest på veganske alternativ til burger og kjøttdeig, som passer til familiefavoritter som taco og pasta. I 2019 er de to merkevarene blitt lansert i flere nye markeder. Naturli' har i tillegg styrket satsingen på eksport til nye markeder.

En grønnsaksrevolusjon i frysedisken

Mandagspizza er Grandiosa sitt svar på «MeatFreeMonday». Grønnsakspizzaen ble lansert i Norge høsten 2019 og skal gjøre det enda enklere for forbrukeren å velge kjøttfritt uten å gå på kompromiss med smaken. Pizzaen er toppet med fargerike og fristende grønnsaker og har en bred smaksappell. Mottakelsen i markedet er god, og Grandiosa Mandagspizza har i løpet av kort tid tatt en solid posisjon i kategorien kjøttfrie varianter. Samtidig bidrar den til vekst for Grandiosamerket ved at den også appellerer til nye målgrupper. Grønnsakspizzaen gjør det bra i smakstester og er blant annet kåret til testvinner blant andre vegetarlanseringer hos TV 2s «Matkontrollen».

Plantebaserte innovasjoner
Danske Naturli' Foods har et bredt sortiment av innovative, plantebaserte matvarer, drikker og iskrem. Blant nye produkter i 2019 er Naturli' Chick Free, som er laget av erter, og har et høyt innhold av proteiner, fiber, vitaminer og antioksidanter. Emballasjen er laget av minst 50 % resirkulert plast.

Vekst for vegetariske ferdigretter og pizza
Pizzatrender står sterkt, og etterspørselen etter gode veganske pizzaer øker i Sverige. Anamma har lansert vegansk pizza bakt i steinovn og mini PanPizza i variantene VegoTexmex og VegoVesuvio, mens Felix Veggie introduserte nye paier. Blant andre nyheter er sprø vegetariske grønnsaksboller fra danske Beauvais og norske Grandiosa Mandagspizza. I Sverige utvider Felix Veggie sortimentet med vegetariske supper i tre smaksvarianter.

Stor suksess med linsechips
Blant innovative og sunne produktlanseringer i 2019 er Göteborgs Utvalda, tynne, sprø knekkebrød laget av rotgrønnsaker i to smaksvarianter. OLW lanserer plantesnacks; ostepop og sprø boller laget av bondebønner. Etter den store suksessen med linse- og kikertchips fortsetter vi nå utviklingen innenfor sunnere snacks laget med nye, spennende plantebaserte baser.

Veien videre
Plantebasert er et viktig satsingsområde for Orkla og vi har ambisjoner om betydelig vekst fremover. Samtidig fortsetter vi innsatsen med å redusere salt og sukker for å nå 2025-målene.

Fast Fusion Friday

Med konseptet Fast Fusion Friday ønsker svenske Orkla FoodSolutions å gjøre det litt morsommere for skoleelever å både spise riktig og spise opp maten. Rettene i oppskriftssamlingen er basert på vegetariske råvarer med smaker fra alle verdenshjørner og rettene har morsomme navn. Selve serveringene har et Street Food-opplegg for å gjøre fredagen litt spesiell. Oppskriftene er klimaberegnet slik at det er enkelt å se klimapåvirkningen fra måltidene.

Next is Now

Ved hjelp av eksperter på helse- og klimautfordringene og egen innsikt ser svenske Orkla FoodSolutions på hvordan fremtidens mat og neste generasjons spisevaner vil se ut. Åtte klare trender utpeker seg, og de er samlet under konseptet Next is Now. For å utvikle konkrete løsninger har Orkla FoodSolutions arrangert tre Next is Now cookalongs, der eksperter møter kokker, industri møter småskala og tradisjon møter innovasjon.

Er gresset grønnere?
Forsker på klimavennlige alternativer

Naturli' har inngått partnerskap med forskere fra bl.a. Danmarks Tekniske Universitet og Aalborg Universitet i prosjektet InnoGrass. Prosjektet går over 2,5 år og undersøker hvordan man kan trekke proteiner ut fra gress og bruke det til mat til mennesker. Gressprotein har nemlig den helt riktige sammensetningen av aminosyrer som er viktig for kostholdet vårt. Proteinet minner mye om det vi kjenner fra soyaprotein, samtidig som gress kan dyrkes mer bærekraftig.

Ernæring og sunnhet

GRI-ref.		Enhet	2019	2018	2017
Reduksjon av salt, mettet fett og sukker[1]					
Egendefinert	Saltreduksjon fra reduksjonstiltak	Kg %	83 600 0,8	192 000 2,0	80 000 -
Egendefinert	Saltforbruk (egen produksjon) pr. omsetning	Kg/mill. NOK	325	300	-
Egendefinert	Reduksjon i mettet fett fra reduksjonstiltak	Kg	607 000	379 000	960 000
Egendefinert	Sukkerreduksjon fra reduksjonstiltak	Kg %	1 825 000 2,1	3 382 000 2,7	1 040 000
Egendefinert	Sukkerforbruk (egen produksjon) pr. omsetning	Kg/mill. NOK	2 660	3 800	-

[1] Gjelder selskaper med matproduksjon. Historiske tall er ikke justert for senere endringer i konsernstruktur

05 Trygge produkter

Tillit gjennom trygge produkter

Topp kvalitet og trygg mat er noe vi tar på alvor i Orkla. Derfor har vi felles standarder og systemer for å sikre god og kostnadseffektiv kontroll med mattrygghetsrisiko gjennom hele verdikjeden.

Det store bildet

Stadig flere forbrukere er opptatt av hvor dagligvarene produseres, og hvilket selskap som står bak. Med dette øker kravene til transparens og sporbarhet. Samtidig er risikobildet komplekst, og svindel knyttet til råvarekvalitet har vokst frem som en betydelig risiko. En annen klar trend er at flere internasjonale dagligvarekjeder og leverandører eksperimenterer med blockchain-teknologi for å utvikle beste praksis for sporing og sikre 100 % pålitelig informasjon gjennom hele verdikjeden.

Vår påvirkning

Som merkevareselskap er vi avhengig av tillit. Derfor står Orklas logo bakpå emballasjen på alle merkevarene våre som garanti for at de tilfredsstiller konsernets strenge krav til mattrygghet og produktsikkerhet. Gjennom felles standarder og systemer sikrer vi god og kostnadseffektiv kontroll av mattrygghetsrisiko gjennom hele verdikjeden. Med mange råvarer, produksjonssteder og leverandører er Orklas risikobilde komplekst. Den gradvise omstillingen til færre, større fabrikker og felles leverandører på tvers av selskapene i konsernet bidrar imidlertid til å redusere kompleksiteten. Ved oppkjøp av nye selskaper vektlegger vi en rask implementering av Orklas løsninger og tilrettelegger for en sterk mattrygghetskultur.

Vår tilnærming

En detaljert beskrivelse av våre rutiner og arbeidsprosesser innenfor mattrygghet er tilgjengelig på Orklas nettsider.

Våre mål

Orkla har jobbet målrettet med mattrygghet og produktsikkerhet i mange år. Arbeidet bidrar til FNs globale bærekraftsmål 12 og 17.

Bærekraftsmål frem mot 2025

- 100 % matproduserende fabrikker på grønt nivå
- 100 % godkjente leverandører
- Fortsatt sikre at alle produkter er trygge

Utviklingen i 2019

Sikrer god kontroll på mattrygghet

Orkla har god kontroll på mattrygghet i egen virksomhet. Alle fabrikker i konsernet revideres regelmessig etter strenge krav i Orkla Food Safety Standard (OFFS). I 2019 gjennomførte Orklas mattrygghetsteam 89 revisjoner. Antallet revisjoner har økt betydelig de siste tre årene som følge av større oppkjøpsvirksomhet. Flere oppfølgingsrevisjoner er gjennomført for å få nylig oppkjøpte selskaper opp på et akseptabelt nivå. Erfaring viser at resultatene bedres markant etter to til tre

oppfølgingsrevisjoner. Orklas sentrale mattrygghetsteam er i tillegg involvert i alle oppkjøpsprosesser i konsernet for å kartlegge risiko i en tidlig fase. Samtidig er matsvindel satt tydeligere på agendaen med konkrete krav til risikovurdering av alle råvarer og nye kontrollrutiner. Orkla har ikke avdekket saker med svindel av betydning.

Styrker mattrygghetskulturen

Et viktig steg for å bekjempe og redusere matsvindel er å ha en sterk kvalitetskultur og kompetanse til å fange opp og håndtere nye risikoforhold i verdikjeden på et tidlig tidspunkt. Derfor har Orkla styrket kurstilbudet til nøkkelpersoner i selskapene markant med flere typer kurs. Kurstilbudet har økt med 75 % de siste fem årene. Opplæringen gjennomføres dels med egne krefter, dels i samarbeid med eksterne spesialister fra Campden BRI. Prioriterte områder for kompetansebygging er kontroll med kritiske punkter i produksjonen, rotårsaksanalyse, allergenhåndtering, interne revisjoner og leverandøroppfølging. Orkla gir også dybdekurs i hvordan man håndterer mattrygghet som går over flere moduler. For å sikre at kontinuerlig forbedring alltid er i fokus, utdanner Orkla interne revisorer som kan utføre revisjoner av egne fabrikker. Dette er et supplement til de sentrale revisjonene. I fjor innførte Orkla et nytt krav om at alle selskaper og fabrikker skal ha planer for å videreutvikle og forbedre mattrygghetskulturen. For å få et grunnlag for å iverksette treffsikre tiltak deltar 36 av Orklas fabrikker i et pilotprosjekt i samarbeid med bl.a. Taylor Shannon International og Campden BRI.

Deler beste praksis

Orkla har etablert felles policy for mattrygghet og kvalitet, med felles systemer og arbeidsmåter på tvers av selskaper. Selskaper som er kjøpt opp, introduseres raskt til Orklas standarder. Kompetanse deles i tillegg gjennom kvalitetsnettverk og konferanser. Orkla Food Safety Conference ble gjennomført for tredje gang med 130 deltakere fra et stort antall selskaper og land. Konferansen er en viktig arena for intern kunnskapsdeling og nettverksbygging.

God leverandøroppfølging

Orkla stiller strenge krav til sine leverandører og har et veletablert system for godkjenning og oppfølging. Ansvaret for koordinering av leverandørrevisjoner ble i 2018 lagt på forretningsområdenivå for å sikre effektiv ressursbruk og styrket kompetanse i revisorteamet. Samtidig brukes det nå mindre ressurser på oppfølging av leverandører som gjennom BRC-sertifisering av anerkjente sertifiseringsorganer kan dokumentere at de er på et meget høyt nivå. Antallet leverandørrevisjoner endte på 256, som er noe høyere enn i 2018.

God beredskapshåndtering

Orkla har i 2019 besluttet nye mål for alle selskapene: ingen tilbakekallinger eller tilbaketrekkinger, og en betydelig reduksjon i antallet forbrukerklager. Rutinene for varsling av beredskapssaker er forbedret med større vekt på læring fra reelle saker for å forebygge tilsvarende hendelser. For å trene på god håndtering av beredskapssituasjoner arrangerer Orkla øvelser for selskapenes ledergrupper. I 2019 er det gjennomført 5 beredskapsøvelser, i tillegg til kurs i beredskap

og mediehåndtering for nøkkelpersoner. Orkla har ingen alvorlige beredskapssaker i klasse 1 knyttet til mattrygghet, men det er rapport om flere tilfeller av tilbakekalling eller tilbaketrekking enn i 2018. Dette har sammenheng med at Orkla har stilt tydeligere krav til å rapportere slike saker. Rask respons og god håndtering har begrenset skadevirkningene for forbrukere og kunder, og hendelsene har ikke medført høye kostnader.

Veien videre

Arbeidet med å sikre god og kostnadseffektiv kontroll med mattrygghetsrisiko fortsetter. Det vil også legges mer vekt på cybersikkerhet i Orklas kvalitetssystemer. Samtidig styrker Orkla vektleggingen på risiko knyttet til kvalitet og inkluderer dette i HACCP-håndboken for å bidra til å redusere antallet reklamasjoner. Orkla er i en fase med vekst og ekspansjon, derfor vil integrasjon av nykjøpte selskaper fortsatt ha høy prioritet, med rask introduksjon til Orklas systemer og arbeidsmåter. Stadig flere felles løsninger utvikles på ulike områder, og viktige arbeidsdokumenter vil digitaliseres og forenkles. Kursvirksomheten styrkes, og e-læringsmateriell vil bli utviklet for å gjøre det enklere å dele kunnskap og kompetanse på tvers i Orkla.

Trygge dagligvarer

Orklas produkter skal være trygge i bruk. Det er et ufravikelig krav. Kunder og forbrukere skal vite at de får samme høye kvalitet hver eneste gang de velger våre kjente og kjære merkevarer innenfor vaskemidler, personlig pleie og tekstiler.

Miljøvurderinger og sikkerhet er sentralt i all produktutvikling, og på samme måte som i matproduksjonen følger non-food selskapene strenge retningslinjer for produktsikkerhet gjennom hele verdikjeden. Føre-var-prinsippet er retningsgivende, og med utgangspunkt i substitusjonsplikten jobber selskapene systematisk med å bytte ut ingredienser med mulig negativ effekt på helse og miljø. Selskapene overvåker relevant ekstern forskning for å være oppdatert på potensiell helserisiko. Det har ikke vært noen saker knyttet til brudd på regelverk for produktsikkerhet i 2019, og nær 100 % av alle produktene som ble lansert gikk gjennom en helse- og sikkerhetsvurdering.

Utvikling i 2019

Ved egne laboratorier driver Orkla Home & Personal Care utstrakt innovasjon som kommer forbrukere til gode i form av stadig bedre produkter. Selskapet bruker bare veldokumenterte ingredienser og gjør alltid grundige miljø- og sikkerhetsvurderinger. Det offisielle miljømerket Svanen er brukt aktivt siden 1983.

Substitusjonsarbeidet har også i 2019 hatt høy prioritet og har blant annet resultert i at Zalo er gått over til et mildere konserveringsmiddel. Videre er parfymer som inneholdt det allergifremkallende stoffet Lyral byttet ut, og enkelte polymerer med lav nedbrytbarhet i naturen er fjernet. Klar-serien med bærekraftige og effektive rengjøringsprodukter har lansert flere nye og svanemerkede produkter, også til personlig pleie, og HTH- og Dr. Greve-serien er relansert med svanemerket på 27 av i alt 38 produkter.

Lilleborg utvikler effektive og bærekraftige hygiene- og rengjøringssystemer til det profesjonelle markedet. I 2019 ble selskapets Uniq Duotex mopper relansert og klassifisert i klasse A for lavt utslipp av mikroplast. Digitalisering står høyt på agendaen, og Lilleborg har i 2019 fortsatt utrullingen av det digitale IK-Mat- og HACCP-systemet eSmiley som gjør det lettere for serveringssteder å kontrollere mattryggheten. Det digitale verktøyet LilleborgControl ble ferdigstilt i 2019. Verktøyet hjelper næringsmiddelbedrifter med å redusere vann- og energiforbruket sitt. Økt bruk av lavtrykk i åpent renhold (OPC) i næringsmiddelindustrien gjennom Lilleborgs EnduroPower Konsept reduserer vann og energibruk på anleggene i tillegg til å minimere aerosoler og gi mer effektivt renhold. Det største rengjøringsmiddelet (Suma Daglig Rengjøring D26) er gjort parfymefritt. Lilleborg er en aktiv bruker av svanemerket og mottok i 2019 Svaneprisen for beste merkebruker i bedriftsmarkedet.

I løpet av 2019 er 90 % av alle merinoullplaggene fra Pierre Robert Group svanemerket. Alt bomullsundertøy er også gjennom året over på 100 % økologisk bomull, hovedsakelig GOTS-sertifisert. I tillegg til høye krav knyttet til vann- og energisparing og bruk av sprøytemidler har både GOTS og Svanen strenge kriterier knyttet til fargestoffer og kjemikalier i plaggene. Sertifiseringene innebærer også krav til sosiale og sikkerhetsmessige forhold for arbeidere gjennom hele produksjonskjeden.

Veien videre

Selskapene jobber videre med å fornye svanemerket på eksisterende produkter og å sertifisere nye produkter med naturlige ingredienser neste år. Arbeidet med substitusjon vil fortsatt ha høy prioritet med spesielt fokus på parfymer og konserveringsmidler. I arbeidet med å øke andelen resirkulert plast i emballasjen vil det være viktig å sikre produktene til personlig pleie mot kontaminasjon som kan komme fra plast om den er av ukjent opphav. Arbeidet med Enduro Power og mer bærekraftige rengjøringsmetoder i næringsmiddelindustrien fortsetter i 2020.

Trygge produkter

GRI-ref.		Enhet	2019	2018	2017
Trygg matproduksjon[1]					
FP5	Andel av volum produsert iht Orkla Food Safety Standard	%	100	100	100
FP5	Fabrikker revidert iht Orkla Food Safety Standard	Antall	89	102	79
FP5	Andel av egne produksjonssteder med tredjepartssertifisering	%	56	53	-
416-2	Beredskapssaker knyttet til mattrygghet, alvorlighetsgrad 1 (livstruende)	Antall	0	0	0
416-2	Beredskapssaker knyttet til mattrygghet, alvorlighetsgrad 2 (alvorlig helsefare)	Antall	24	8	12
Trygge leveranser av råvarer					
Egendefinert	Risikovurdering av leverandører: Egenvurderinger	Antall	1 668	1 810	1 790
Egendefinert	Risikovurdering av leverandører: Vurderinger gjennomført av Orkla	Antall	1 434	1 350	1 170
Egendefinert	Risikovurdering av leverandører: Leverandørrevisjoner	Antall	264	237	320
Opplæring i mattrygghet					
Egendefinert	Deltakere på kurs i regi av Orklas mattrygghetsteam	Antall	256	400	340
Egendefinert	Omfang av kurs i regi av Orklas mattrygghetsteam	Timer	3 900	3 130	2 380
Egendefinert	Deltakere på kurs i regi av Orklas fabrikker	Antall	7 430	4 500	4 900
Egendefinert	Omfang av kurs i regi av Orklas fabrikker	Timer	18 570	9 700	7 200

[1] Gjelder selskaper med matproduksjon

06 Omtanke for mennesker og samfunn

Hele Orkla mobiliserer

I Orkla jobber vi for å sikre en god fremtid for våre egne virksomheter, våre ansatte og det samfunnet vi er en del av. For å bidra til bærekraftig produksjon og forbruk mobiliserer vi våre medarbeidere på tvers av selskaper og land og engasjerer oss aktivt i samarbeid med andre.

Det store bildet

Skal vi lykkes i å begrense klimaendringene og sørge for bærekraftig ressursbruk, må vi være innstilt på reell omstilling. Disse utfordringene fører, i kombinasjon med sterk global konkurranse og utvikling av ny teknologi, til nytenkning rundt hvordan verdiskapingen skjer. For et selskap som Orkla skaper dette kommersiell risiko, men også forretningsmuligheter knyttet til innovasjon og langsiktig markedsposisjon. Mange land preges av økende økonomiske ulikheter og høy arbeidsledighet. Utfordringene understreker næringslivets nøkkelrolle i å skape nye arbeidsplasser, øke produktiviteten og respektere grunnleggende rettigheter. Ved inngangen til et nytt tiår er samarbeid og nye partnerskap mellom næringslivet, myndighetene og andre viktige samfunnsaktører avgjørende for å skape vekst som er bærekraftig i økonomisk, miljømessig og sosial forstand.

Vår påvirkning

Med tilstedeværelse i mange land er det viktig for Orkla å finne lokale svar på de store globale utfordringene. Derfor jobber vi med å integrere bærekraft i virksomheten og engasjere oss i dialog med lokale interessenter. Vi er opptatt av å samarbeide for å gjøre det attraktivt å velge de bærekraftige løsningene og for at dette skal være økonomisk lønnsomt på sikt. Orkla ønsker å være en attraktiv arbeidsgiver med gode arbeidsforhold og rettferdige og konkurransedyktige betingelser for alle ansatte. Ved å investere i kompetanseutvikling og jobbe systematisk for å sikre et godt arbeidsmiljø og god helse og sikkerhet bidrar vi positivt til medarbeidernes trivsel og personlige utvikling. Orkla-selskapene skaper dessuten økonomiske ringvirkninger for lokalsamfunn i form av arbeidsplasser, skatteinntekter og innkjøp fra lokale leverandører.

Bærekraftsmål frem mot 2025

- Skape et sterkt lokalt engasjement for bærekraft
- Være en ansvarlig arbeidsgiver
- Skape sunne arbeidsplasser med null skader
- Skape kultur for integritet overalt
- Utgjøre en positiv forskjell gjennom lokalt engasjement

Vi bidrar til FNs globale bærekraftsmål 2, 3, 8, 12, 13, 14, 15 og 17.

Orklas tilnærming

Orkla har en systematisk og helhetlig tilnærming til temaet «omtanke for mennesker og samfunn» som inkluderer interessentdialog og samfunnsengasjement, å fremme sunt og bærekraftig forbruk, å være en ansvarlig arbeidsgiver, å fremme integritet og å sikre et godt arbeidsmiljø, helse og sikkerhet. Detaljert beskrivelse av rutiner og arbeidsprosesser er tilgjengelig på Orklas nettsider under resultater og rapportering.

Samarbeid om bærekraftig utvikling

Gjennom dialog og samarbeid med andre kan vi i Orkla utgjøre en reell positiv forskjell og bidra til FNs globale bærekraftsmål. Dette er også viktig for tilliten til Orkla som selskap.

Utviklingen i 2019

God interessentdialog

I Orkla har vi en løpende dialog med våre ulike interessentgrupper for å forstå hva de er opptatt av, diskutere viktige temaer som berører vår virksomhet og tilpasse oss endringer i samfunnet. Samarbeid med andre åpner samtidig for større løsninger og fremskritt enn det vi klarer alene. Vi er opptatt av å ha en felles tilnærming til interessentdialog i alle viktige markeder, og har i 2019 etablert en ny og enhetlig organisering av kommunikasjonsarbeidet på tvers av selskaper og land. Vi har engasjert oss aktivt i dialog og samarbeid med andre bedrifter, organisasjoner, forskningsmiljøer og myndigheter for å øke innsamlingen, sorteringen og gjenvinningen av plastemballasje og utvikle fremtidsrettet emballasje. Bærekraftig matproduksjon, sirkulære forretningsmodeller og klimamerking har vært andre viktige temaer for dialog og samarbeid. Vi har også fortsatt dialogen med myndigheter og politikere på nasjonalt nivå og i EU om næringspolitiske rammebetingelser, andre forhold relatert til virksomheten og arbeidet med å fremme god folkehelse og økt plastgjenvinning. Orklas viktigste interessenter og temaene for dialogen i 2019 er oppsummert i en egen illustrasjon og omtalt i de respektive temakapitlene.

Viktig dialog i Almedalen og Arendal

Svenske Almedalen og norske Arendal er blitt sentrale møteplasser for næringsliv, organisasjoner, politikere og vanlige innbyggere for dialog om viktige samfunnsspørsmål. Orkla deltok begge steder i en rekke panelsamtaler om utfordringer og løsninger knyttet til mat og klima, plastforsøpling, sirkulær økonomi og ansvarlig innkjøpspraksis. I Arendal gjennomførte Orkla et eget arrangement om klimamerking av mat og deltok i lanseringen av et norsk veikart for hvordan overgangen til sirkulære plastverdikjeder bør skje.

Sterkt lokalt engasjement

Orkla-selskapene samarbeider med lokale myndigheter, skoler og organisasjoner for å bidra positivt til samfunnet. I sum bidro Orkla med 25,5 millioner kr. i støtte i 2019 til ulike typer samfunnsnyttige prosjekter. Eksempler på lokalt engasjement:

- **Glede til barn på sykehus:** Orkla Health og Collett Vitaminbjørner støtter Sykehusklovnene, som er en gruppe med profesjonelle utøvende artister som spesialiserer seg på å jobbe med barn på sykehus. Orkla Confectionery & Snacks Danmark gir støtte til de danske Hospitalsklovne.

- **Aktiv livsstil:** Orkla Eesti har gjennom merkevaren Mesikäpp gjennomført en kampanje med råd og tips til en aktiv livsstil, i tillegg til at de støtter aktiviteter for ungdommer med nedsatt funksjonsevne.

- **Barnas dag:** Orkla Foods Česko a Slovensko har støttet arrangementer for barn i Bysice og andre steder i Tsjekkia. Dette er en videreføring av selskapets langsiktige engasjement for barn.

- **Kalles Kaviar Cup:** Orkla Foods Sverige og merkevaren Kalles støtter hvert år en fotballcup med ca. 1.500 deltakere. Kalles støtter også prostatakreftforbundet.

- **Maskrosbarn:** Orkla Confectionery and Snacks Sverige har i 2019 gjennomført flere aktiviteter for å hjelpe barn i familier med rusproblemer som ledd i et langsiktig samarbeid med organisasjonen Maskrosbarn.

Veien videre

Orkla vil forsterke samarbeidet mellom selskapene i hvert land for å oppnå en aktiv og god interessentdialog og større effekt gjennom felles tiltak. Samtidig fortsetter vi den aktive dialogen med myndighetene, organisasjoner og andre bransjeaktører for å hindre plastforsøpling, redusere klimagassutslipp og fremme et sunt kosthold.

Samfunnsansvar i India

Orkla-eide MTR Foods har i 2019 fortsatt sitt sterke samfunnsengasjement. Samarbeidet med stiftelsen Akshaya Patra om lunsjservering ved skoler ble utvidet til å omfatte 61 skoler med rundt 6.000 elever i Karnataka der selskapet er lokalisert. I samarbeid med organisasjonen Bommasandra Industries Association har MTR Foods gitt finansiell støtte til å etablere butikker for ti gateselgere som befant seg i en vanskelig situasjon uten inntekt. Selskapet har også lansert en platform for frivillig engasjement der de ansatte kan støtte lokale bønder gjennom treplanting langs Cauvery-elven som er en av hovedkildene til vann for Karnataka og Tamil Nadu. Medarbeiderne i MTR Foods har donert mer enn 1.200 trær, og bidrar på denne måten til å forbedre jordsmonnet og vannføringen i elven. I august ble Karnataka rammet av regn og flom og dette førte til dødsfall og store materielle skader. MTR Foods donerte materiell og deltok i hjelpearbeid rettet mot i alt rundt 1.800 familier i 20 ulike områder.

Bidrar til et mer bærekraftig forbruk

I Orkla er vi opptatt av å integrere bærekraft i virksomheten og gjøre det til en stadig viktigere kilde til innovasjon og vekst. Flere av selskapene våre har engasjert seg i initiativ for å bidra til et mer bærekraftig forbruk.

Utviklingen i 2019

I 2019 har vi i Orkla og merkevarene våre gjennomført ulike kampanjer og initiativ for å inspirere forbrukeren til et sunnere og mer bærekraftig forbruk. Samtidig har vi lansert flere nye produkter som gjør det enklere å gjøre gode miljøvalg i hverdagen. Blant eksemplene er:

- **Klimavennlig forbruk:** TORO lanserte i 2019 klodemerket for å veilede forbrukere i klimapåvirkningen fra TORO-produktene og gi tips om gode klimavalg. Orkla Foods Česko a Slovensko planlegger å klimamerke tørkede produkter fra Vitana. Orkla Foods Sverige har gjennomført en klimauke i samarbeid med Burlöv kommune med vegetariske oppskrifter beregnet for skolekjøkken.

- **Handle brukt:** Orkla fortsatte samarbeidet med Tise, et oppstartsselskap med visjon om å gjøre verden mer bærekraftig ved å gjøre brukthandel og andre grønne handlevalg gøy og inspirerende.

- **Enkel helsehjelp:** Orkla samarbeider også med Your.MD, en nettportal for personlig veiledning i helsespørsmål og medisinske symptomer.

- **Next is Now:** Under overskriften «Next is Now» har Orkla Foods Sverige invitert eksperter på mat, bærekraft og helse til å dele kunnskap og refleksjoner om utviklingen i svenske matvaner og hvordan matvareindustrien kan legge til rette for sunne og bærekraftige matvalg.

- **Bærekraftige bakerier:** Under overskriften «Idun viser vei» samlet Idun-gruppen store deler av den norske bakeribransjen til en messe for å dele kunnskap om trender og inspirere til nytenkning. Blant innovasjonene som fikk mest oppmerksomhet var en ny serie veganske kaker og nye emballasjeløsninger som kan erstatte plast.

- **Hjernehelse:** Möller's Pharma har i samarbeid med Norsk Hjerneråd gjennomført en kampanje for å fremme hjernehelse og gevinstene ved omega-3. For hvert solgte produkt går en krone til Hjernerådets prosjekter.

- **Sunt kosthold:** Sonneveld har i mange år jobbet for å øke mengden fiber og redusere saltinnholdet i brødmiksene sine. I 2019 deltok de i en EU-støttet kampanje for å kommunisere ernæringsgevinstene ved å spise brød. Kampanjen bidro til 3,4 % økning i det nederlandske brødsalget.

Pierre Robert x Jenny Skavlan

I 2019 lanserte Pierre Robert en ny kolleksjon i svanemerket ull i samarbeid med skuespiller og klesdesigner Jenny Skavland, som blant annet er kjent for sitt engasjement for gjenbruk av klær og bærekraftig mote. Plaggene har et tidløst design og er laget av materialer med høy kvalitet for å kunne vare i sesong etter sesong. Svanemerket stiller strenge krav til hele produksjonsprosessen, fra sauebonden og innfarging av garn til klesproduksjonen og valg av emballasje. I forbindelse med kampanjen bidro Jenny Skavland også med råd og tips til hvordan man kan reparere klær gjennom videoinnslag og annen kommunikasjon. Lanseringen er en del av Pierre Roberts helhetlige satsing på å utvikle klær som representerer gode miljøvalg og er produsert under gode arbeidsforhold og strenge krav til dyrevelferd.

- **Sunn livsstil:** Orkla Lietuva samarbeider med organisasjonen Sveikatiada om et opplæringsprogram i sunn livsstil for barn ved litauiske skoler. Siden 2009 har rundt 35.000 barn deltatt i opplæringen.

- **Bærekraftig fisk:** Flertallet av Orklas fiskeprodukter er MSC-sertifisert, og Orkla har i 2019 hatt et nært samarbeid med MSC for å øke bevissheten rundt bærekraftig fiske. Blant annet gjennomfører Abba en årlig forbrukerkampanje sammen med MSC.

- **Plastrydding:** Teamet bak merkevaren Klar har gjennomført et pilotprosjekt i samarbeid med organisasjonen Empower, som legger til rette for effektiv innsamling av plast i naturen gjennom et digitalt system for pant og sporbarhet. Hensikten med prosjektet har vært å bygge kunnskap og prøve ut nye sirkulære løsninger.

Forskning på mat og helse

For å få ny innsikt og utvikle løsninger for bærekraftig produksjon og forbruk deltar Orkla i flere forskningsprosjekter. Orkla Foods Sverige deltar i et samarbeidsprosjekt ledet av Livsmedelsakademin som skal utarbeide en strategi for hvordan man kan nå nullvisjonen for underernæring blant eldre mennesker. Selskapet har over flere år utviklet en sterk portefølje av næringsrike matvarer spesielt beregnet på denne målgruppen.

Orkla har deltatt i Matfloken, et samarbeidsprosjekt mellom matvareselskaper og myndighetene i Norge der hensikten har vært å få kunnskap om folks holdninger til mat og bærekraft

som kan være viktige innspill for innovasjoner i verdikjeden. Orkla Foods Sverige har deltatt i et samarbeidsprosjekt med Statens lantbruksuniversitet for å utvikle nye belgvekster og et samarbeid med Lunds universitet knyttet til bedre utnyttelse av protein fra raps.

God og ansvarlig markedsføring

Orkla er opptatt av ansvarlig markedsføring mot barn og unge og har en restriktiv praksis. Orkla støtter prinsippene beskrevet i EU Pledge, og selskapene har rutiner for å sikre at markedsføring av mat og drikke skjer i tråd med disse. Orkla er med i styret i det frivillige bransjesamarbeidet Matbransjens Faglige Utvalg. I 2019 har utvalget jobbet for å fremme ansvarsfull markedsføring gjennom sosiale medier. Orkla har også vært med på å utarbeide frivillige retningslinjer for markedsføring gjennom influensere i Norge, der hensikten er å redusere kroppspress. I tillegg har Orkla bidratt til opprettelsen av et fagutvalg for influensermarkedsføring som skal bidra til god og ansvarlig markedsføringspraksis. I 2019 er det rapportert fire saker knyttet til regelverk for markedsføring og produktmerking. Ett selskap fikk en mindre bot for feilaktig bruk av helsepåstander på nettsidene sine og et annet selskap fikk en mindre bot for avvik på krav til opprinnelsesmerking ved salg av et importert produkt. Et tredje selskap ble pålagt å gi supplerende opplysninger ved kvantumsrabatter, mens et fjerde selskap fikk krav om å gjøre endringer i innholdsdeklarasjonen. De tre første selskapene har gjennomført endringer i tråd med pålegget, mens det fjerde har påklaget vedtaket.

Veien videre

Selskapene vil de neste årene øke innsatsen for å veilede og inspirere forbrukere og profesjonelle kunder til å ta sunne og klimavennlige kjøpsbeslutninger. Dette vil skje gjennom markedsføringen av produktene våre og deltakelse i eksterne samarbeidsprosjekter.

Viktige temaer for interessentdialog i 2019

Medarbeidere

- Inkluderende og godt arbeidsmiljø
- Skadeforebyggende arbeid
- Mangfold og ikke-diskriminering
- Kompetanseutvikling
- Omstilling i virksomhetene
- Bærekraftsmål 2025

Myndigheter

- Sirkulær verdikjede for plast
- Reduksjon av matsvinn
- Samarbeid for bedre folkehelse
- Bærekraftig fiskeforvaltning
- Avskogingsfrie leverandørkjeder
- Etikkinformasjonslov
- Løpende dialog med tilsyns-myndigheter
- Lov om god handelsskikk
- Landbrukspolitikk og tollspørsmål
- Aktsomhetsvurderinger i leverandørkjeden

Kunder og forbrukere

- Sunnere produkter
- Matallergier
- Plast og miljøvennlig emballasje
- Mindre matavfall
- Bærekraftige råvarer
- Dyrevelferd
- Resirkulering av tekstiler og emballasje
- Produktsikkerhet
- Beredskapssaker
- Produktspørsmål

Leverandører

- Bærekraftig emballasje
- Avskogingsfrie leverandørkjeder
- Bærekraftig fisk og sjømat
- Forbedringsarbeid kakao (Elfenbenskysten)
- Forbedringsarbeid cashew-nøtter og hasselnøtter
- Bærekraftig tekstilproduksjon
- Dyrevelferd
- Oppfølging av Orklas etiske leverandørkrav

Viktige temaer for interessentdialog i 2019

Lokalsamfunn*

- Miljøtiltak
- Omstilling i virksomhetene
- Samarbeid om fagutdanning
- Byggeprosjekter

*To av Orklas fabrikker har fått klager fra naboer knyttet til støy eller lukt fra produksjonen. Tre fabrikker har fått klager fra lokale myndigheter pga. utslipp av organisk materiale i avløpsvannet. Alle har iverksatt tiltak.

Interesseorganisasjoner

- Sirkulær verdikjede for plast
- Vern om havmiljøet
- Dyrevelferd
- Mindre matavfall
- Returordning for tekstiler
- Fornybar energi
- Klimagassreduksjon i leverandørkjeden
- Avskogingsfrie leverandørkjeder
- Bærekraftig fiske
- Aktsomhetsvurderinger i leverandørkjeden

Forskningsmiljøer

- Sirkulære forretningsmodeller
- Gjenvinning av plast
- Klimagassreduksjon (Science Based Targets)
- Miljøpåvirkningen fra produkter
- Utvikling av sunn og bærekraftig produsert mat
- Effektiv ressursbruk
- Matsvinn
- Omega-3 og fisk

Investorer

- Orklas bærekraftsstrategi
- Klimarisiko
- Risikohåndtering
- Rapportering

Ansvarlig arbeidsgiver

Orkla har fortsatt satsingen på å utvikle gode arbeidsplasser kjennetegnet av respekt og omtanke, medarbeiderutvikling, like muligheter og rettferdige arbeidsbetingelser.

Utviklingen i 2019

Respekt for menneskerettigheter

Arbeidet med å sikre at alle selskapene i konsernet lever opp til prinsippene i Orklas ansvarlig arbeidsgiver- og menneskerettighetspolicy fortsatte i 2019. Selskapene gjennomførte flere opplæringstiltak og en vurdering av risikoen for avvik på de områdene policyen omfatter. Kartleggingen ble gjennomført av HR i selskapene i dialog med de tillitsvalgte og andre nøkkelpersoner. Den viste at risikoen for brudd på arbeidstakerrettigheter i Orklas virksomheter er lav. Selskapene har rutiner for ansettelse, arbeidskontrakter, lønnsfastsettelse og arbeidstid som verner om de ansattes rettigheter og ivaretar nasjonale lovkrav.

Orkla er opptatt av rettferdige, konkurransedyktige betingelser, og lønnsfastsettelse skjer gjennom kollektive forhandlinger, eller benchmarking mot andre selskaper. Lønnen til de lavest lønnede ansatte er høyere enn nasjonale krav til minstelønn, og Orkla har interne retningslinjer for å sikre at alle medarbeidere har en lønn som dekker grunnleggende behov. I noen få selskaper er det identifisert behov for å øke minstelønnen, og disse selskapene har lagt planer for dette. De fleste selskapene har etablert pensjonsordninger for fast ansatte. Ingen av Orklas virksomheter har medarbeidere under 15 år, og de fleste praktiserer 18 års aldersgrense for ansettelse. Samtlige selskaper vurderer risikoen for brudd på barns rettigheter i egen virksomhet som lav, og det forekommer ikke tilfeller av tvangsarbeid. I forbindelse med risikovurderingen i 2019 har selskapene identifisert relevante forbedringstiltak knyttet til målet om å være en ansvarlig arbeidsgiver.

«#A home to grow»

Som en del av arbeidet med å være en attraktiv arbeidsgiver gjennomførte Orkla i 2018 en kartlegging av hva medarbeidere i alle deler av konsernet setter mest pris på ved å jobbe i Orkla. Innsikten fra kartleggingen er brukt til å formulere et overordnet medarbeiderløfte om hva Orkla skal tilby som arbeidsgiver. Det nye løftet - «#A home to grow» - er lansert i 2019 gjennom en rekke interne samlinger og andre kommunikasjonstiltak. Vi har også etablert et nytt program for medarbeiderambassadører, med prinsipper for hvordan alle ansatte kan engasjere seg i å gjøre Orkla til en attraktiv arbeidsplass og være en ambassadør for eget selskap.

Omfattende kompetanseutvikling

Orkla ønsker å bidra til gode muligheter for utvikling på alle nivåer og i alle land. De siste årene er arbeidet med medarbeiderutvikling vesentlig styrket gjennom bedre organisering, nye sentrale kompetanseprogram og økt bruk av digital opplæring. Orklas strategi for kompetanseutvikling omfatter en kombinasjon av læring og utvikling gjennom eget arbeid,

sosial dialog og formelle kurs. Omfanget av kursopplæringen har økt i 2019 sammenliknet med tidligere år. Blant annet har vi styrket opplæringstilbudet for ledere ved å fornye Orklas lederutviklingsprogram for mellomledere, innføre et nytt introduksjonskurs for nye ledere og gjennomføre en ny runde med Orklas strategiske lederutviklingsprogram for toppledere. Orkla har også introdusert nye digitale akademier innenfor markedsføring, salg og digitale ferdigheter. I tillegg har selskapene gjennomført omfattende lokal opplæring i arbeidsrelaterte temaer som helse, miljø og sikkerhet og mattrygghet.

En harmonisert prosess og felles IT-verktøy for evaluering og oppfølging av ledere og administrativt ansatte er innført i rundt 80 % av selskapene, og målet er at alle virksomhetene skal omfattes av dette. Orkla målsetter at alle medarbeidere skal omfattes av rutiner for regelmessige utviklingssamtaler. Fremdriften på dette området er dessverre ikke som ønsket, og vi ser behov både for å øke innsatsen og forbedre rapporteringsrutinene.

Aktiv medarbeiderinvolvering

Orkla er opptatt av å fremme en bedriftskultur preget av respekt og omtanke og legge til rette for god involvering av medarbeiderne i spørsmål som er viktige for driften og den enkeltes arbeid. For å oppnå dette er det i 2019 gjennomført en rekke interne samlinger, møter og andre kommunikasjons- og kulturbyggende tiltak både på Orkla- og selskapsnivå. Gode formelle ordninger for dialog mellom ledelse og tillitsvalgte er også viktig for å sikre god behandling av saker som berører medarbeidernes interesser. Orklas sentrale konsernavtale som regulerer samarbeidet mellom Orkla og de ansattes organisasjoner utløper i 2020 og vil da bli reforhandlet. Som et supplement til den sentrale bedriftsdemokratiordningen er vi opptatt av at alle selskapene i konsernet skal ha formelle kanaler for medvirkning. Rundt 85 % av Orklas medarbeidere jobber i selskaper som har etablert dette. Andelen er noe redusert sammenliknet med 2018 pga. nye bedriftsoppkjøp, og vi vil følge opp disse selskapene for å bidra til bedre formelle rutiner for medvirkning.

Ved siden av lønnsforhandlinger har de viktigste temaene i dialogen mellom ledelse og tillitsvalgte i 2019 vært arbeidsmiljø, helse og sikkerhet og omstillingsprosjektene som er omtalt på side 117. Ved gjennomføring av endringer som påvirker de ansatte skal de ansattes representanter involveres på et tidlig stadium i tråd med en prosess som er avtalt med Orklas sentrale tillitsvalgte. Varslingsperioden lokalt varierer avhengig av nasjonalt lovverk og type sak, men ved større endringer gis typisk fire til åtte ukers varsling.

Mangfold og like muligheter

Orkla er opptatt av mangfold og like muligheter, og flere av selskapene har i 2019 utarbeidet mangfoldspolicyer med utgangspunkt i Orklas sentrale retningslinjer. Vi gjennomførte en samling om ubevisst diskriminering for 100 medarbeidere i Norge, og erfaringene fra denne vil bli brukt til å styrke opplæringen. Mange av selskapene har også gjennomført tiltak for bevisstgjøring rundt mangfold og ikke-diskriminering, og i alt har rundt 5 000 medarbeidere deltatt på slik opplæring i 2019.

Orkla besluttet i 2019 å støtte opp om FNs standard for å hindre diskriminering av lesbiske, homofile, bifile og transpersoner (LHBT) i arbeidslivet, og vi gjennomførte en enkel markering rundt dette temaet i forbindelse med arrangementet Oslo Pride Parade. Vi er også blitt med i et norsk bedriftsnettverk for LHBT på arbeidsplassen for læring og erfaringsdeling.

Orkla har i en årrekke jobbet målrettet for å øke andelen kvinnelige ledere. Kvinneandelen blant ledere totalt er rundt 40 %, og vurderes som tilfredsstillende. For toppledere er kvinneandelen 35,5 %. Andelen har økt de siste årene, men det vil være krevende å nå målet om 40 % kvinneandel i 2020 og 50 % i 2025. Det gjennomføres formelle årlige medarbeidervalueringer i alle deler av konsernet hvor vi bevisst ser etter kvinnelige lederkandidater. Ved rekruttering til ledergruppestillinger på selskaps- eller forretningsområdenivå praktiserer vi kravet om at det alltid skal være minst én kvinnelig kandidat. I 2019 har Orkla tatt i bruk et nytt digitalt rekrutteringsverktøy som forhindrer ubevisst diskriminering i forbindelse med rekruttering til de norske selskapene. Prosjektet har vist gode resultater, og vi legger nå en plan for utrulling til flere selskaper og land.

Orkla har formelle, harmoniserte rutiner for rekruttering og lønnsfastsettelse som skal forhindre diskriminering. Til tross for dette viser interne lønnsanalyser at det finnes enkelte forskjeller i lønn mellom kvinnelige og mannlige ansatte som ikke kan forklares gjennom de formelle kriteriene for lønnsfastsettelse. Vi jobber målrettet for å unngå slike forskjeller og har blant annet utviklet en databaseløsning som gjør det enklere for selskapene å analysere lønnsinformasjon med tanke på å avdekke uønskede forskjeller. Orkla ønsker å legge til rette for at alle foreldre skal kunne ta foreldrepermisjon uavhengig av kjønn. I 2019 tok 4,9 % av Orklas kvinnelige og 1,3 % av mannlige ansatte foreldrepermisjon.

Orkla har de siste årene forbedret de interne rutinene for håndtering og rapportering av klager og varslingssaker. Det har i 2019 vært én sak knyttet til mulig diskriminering i forbindelse med ansettelse, men det ble ikke avdekket kritikkverdige forhold.

Veien videre

Arbeidet med å fremme medarbeiderutvikling, medvirkning og mangfold vil fortsette i 2020, og forbedringsområdene som er identifisert gjennom risikokartleggingen og dialogen mellom ledelse og medarbeidere vil bli fulgt opp. Vi vil spesielt forbedre rutinene for utviklingssamtaler blant operatører, øke omfanget av digital opplæring i konsernet og gjennomføre et program for bevisstgjøring knyttet til mangfold og ikke-diskriminering.

Integritet

Orkla ønsker å bygge en bedriftskultur preget av integritet og god forretningsskikk, og har i 2019 fortsatt arbeidet med å fremme godt skjønn og forebygge etisk risiko.

Utviklingen i 2019

Korrupsjon og annen uetisk forretningspraksis begrenser mulighetene for økonomisk utvikling og hindrer konkurranse på like vilkår. I 2019 har vi fortsatt det langsiktige arbeidet for å sikre høy bevissthet om Orklas etiske retningslinjer og forhindre uønsket adferd. Orkla har nulltoleranse for korrupsjon, avtaler om prissamarbeid, markedsdeling eller andre tiltak som begrenser den frie konkurransen. Orklas antikorrupsjonsmanual, konkurranserettsmanual og etiske retningslinjer beskriver konsernets krav og retningslinjer på dette området. Antikorrupsjonsmanualen er oppdatert i 2019 med forbedret veiledning i hvordan risikoforhold skal håndteres. Orklas internrevisjon er ansvarlig for håndtering av konsernets varslingsordning samt gransking og behandling av saker som rapporteres. Det har gjennom året vært håndtert saker av ulikt omfang og karakter knyttet til mulige brudd på Orklas etiske retningslinjer. Orkla benytter en varslingskanal som muliggjør anonym rapportering på eget morsmål og som sikrer at Orkla etterlever regler for personvern og informasjonssikkerhet. Orkla har gjennomgått varslingsrutinene for å sikre at de tilfredsstiller de nye reglene i EUs direktiv om vern av varslere, som trer i kraft fra 2020.

Geografisk fordeling av anvendt kapital

Norge	17 573	41 %
Sverige	6 708	16 %
Danmark	5 783	13 %
Finland og Island	4 448	10 %
Baltikum	2 023	5 %
Øvrige Europa	5 829	13 %
Øvrige Verden	879	2 %
Totalt (Mill. kr)	**43 243**	**100 %**

Orklas løpende program for e-læring i antikorrupsjon og konkurranserett har fortsatt i 2019. I tillegg er det gjennomført andre opplæringstiltak i antikorrupsjon og Orklas etiske retningslinjer i flere av selskapene. Gjennom Orklas etiske leverandørkrav (Supplier Code of Conduct) stiller vi krav om nulltoleranse for korrupsjon hos leverandører, og leverandørene følges opp ved behov. I forbindelse med oppkjøp og større investeringer gjennomfører Orkla en vurdering av risiko for å bli involvert i brudd på regelverk for korrupsjon og konkurranserett, og risikoreduserende tiltak gjennomføres der vi vurderer at risikoen er påtakelig. I 2019 innledet Konkurransetilsynet undersøkelser av Orkla-eide Lilleborg AS basert på mistanke om mulig overtredelse av konkurranseloven, og selskapet bistår konkurransemyndighetene med å legge til rette for en effektiv gjennomføring av undersøkelsen.

Arbeidet med å sikre god intern kontroll med behandling av personopplysninger har fortsatt, og Orkla har definert tydelig ansvar for å følge opp dette i selskapene og på konsernnivå. I 2019 gjennomgikk selskapene status for innføring av rutiner på dette området og identifiserte relevante forbedringstiltak for å sikre etterlevelse av EUs personverndirektiv. Selskapene har i 2019 fått mange henvendelser fra forbrukere som ønsker å bli slettet fra e-postlister, og disse er håndtert gjennom selskapenes forbrukerservicefunksjon.

Veien videre

Arbeidet med intern opplæring og etisk bevisstgjøring vil fortsette i 2020. Den nye antikorrupsjonsmanualen vil bli oversatt til flere språk og innført gjennom et nytt opplæringsprogram for antikorrupsjon. Samtidig vil Orkla fortsatt følge opp selskapene for å sikre at rutinene for behandling av personopplysninger fungerer etter formålet.

Orklas påvirkning i lokalsamfunnet

For å skape langsiktig konkurransedyktig virksomhet har Orkla i 2019 gjennomført investeringer i nye selskaper, produksjonsforbedringer og enkelte større omstillingsprosjekter. Den ledende finske pizzakjeden Kotipizza har et bredt bærekraftsengasjement og var Orklas største investering i 2019. Orkla Foods har fortsatt et femårig investeringsprogram for utvidelse av pizzaproduksjonen på Stranda og investert i modernisering av agurkproduksjon i Bzenec i Tsjekkia. Produksjonen av grønnsaker og sild i finske Turku ble lagt ned og overført til andre virksomheter i og utenfor Orkla i perioden 2018-2019. Selskapene Vitana og Hamé er i 2019 slått sammen til selskapet Orkla Foods Česko a Slovensko. Orkla Confectionery & Snacks har startet byggingen av en ny og moderne sjokoladefabrikk i Riga i Latvia og lagt planer for en ny kjeksfabrikk samme sted. Orkla Food Ingredients har slått sammen selskapene Condite og Prominent til ett selskap. De økte investeringene skaper positive ringvirkninger i form av arbeidsplasser og innkjøp fra lokale leverandører. Samtidig har strukturendringene ført til at rundt 50 ansatte har mistet arbeidet. Disse har fått støtte til å søke nytt arbeid eller ta videreutdanning. De tillitsvalgte har vært involvert i omstillingsprosjektene gjennom regelmessige drøftelsesmøter, og Orkla har også lagt vekt på åpenhet og dialog med viktige interessenter i lokalmiljøet.

Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet

I Orkla er vi opptatt av å bidra til god helse hos medarbeiderne våre. Vi stiller samme krav til arbeidsmiljø, helse og sikkerhet i alle land vi har virksomhet. Selskapene jobber systematisk for å forhindre skader og bidra til et helsefremmende miljø.

Et trygt og sunt arbeidsmiljø er en grunnleggende rettighet for alle arbeidstakere og vesentlig for å sikre stabil og effektiv drift. Orklas visjon er å drive virksomheten med null skader. Vi skal oppnå dette ved å bygge en sterk HMS-kultur der opplæring og involvering av medarbeidere på alle nivåer er fundamentalt. God risikostyring, systematisk arbeid med å forebygge skader og arbeidsrelaterte sykdommer og tiltak for å fremme et godt arbeidsmiljø er helt nødvendige virkemidler for å nå nullvisjonen. Risikoanalyse danner grunnlaget for å kunne etablere gode handlingsplaner. Alle selskapene utarbeider regelmessig slike analyser. På tvers av selskaper og land er en vesentlig del av risikoen knyttet til ergonomi, bruk av maskiner, fall, lagring og håndtering av kjemikalier, psykososialt arbeidsmiljø og mangelfull kunnskap om sikkerhetsrisiko og rutiner. Orkla ønsker at alle selskaper etablerer prinsipper for helsefremmende arbeidsplasser, som er tilpasset forholdene i hvert enkelt land. HMS-arbeidet i selskapene er basert på kravene og retningslinjene i Orklas HMS-standard. Det systematiske forbedringsarbeidet drives med vekt på å etablere god kunnskap og bevissthet, og gjennomføre forebyggende tiltak.

Utviklingen i 2019

Systematisk opplæring og oppfølging

HMS-arbeidet følges opp på selskaps- og forretningsområdenivå gjennom rapportering til ledergruppene, konsernledelsen og Orklas styre. Alle Orklas fabrikker er revidert i løpet av de siste tre årene, og fabrikker som ikke lever opp til kravene i Orklas HMS-standard ved revisjon får tett oppfølging. Nyervervede selskaper blir raskt introdusert for Orklas HMS-standard. Hensikten med revisjonene er, i tillegg til å sikre at virksomhetene jobber forsvarlig etter lover og regler, å bidra til læring gjennom systematisk observasjon og tilbakemelding.

Sterk HMS-kultur

I 2018 ble Orkla Golden Rules utviklet for å styrke HMS-kulturen og støtte arbeidet for null skader. Disse reglene for trygg og ansvarsfull atferd er i 2019 brukt til å bevisstgjøre ansatte i alle deler av Orkla på viktige områder i HMS-standarden vår. Dette skjedde blant annet gjennom Orklas felles HMS-uke, som ble arrangert for andre år på rad. Initiativet fikk bred oppslutning, og mer enn 80 fabrikker og andre organisasjonsenheter gjennomførte intern opplæring og forbedringstiltak med fokus på et godt arbeidsmiljø og god medarbeiderhelse. I forbindelse med HMS-uken ble selskapene bedt om å dele eksempler på gode initiativ og arbeidspraksis, og Orkla delte ut tre interne priser. Orkla Foods Česko a Slovensko vant prisen for beste HMS-uke for

sin involvering av alle de ansatte ved 15 fabrikker samt salgs- og kontoransatte. Orkla Home & Personal Cares fabrikker i Sverige og Malaysia delte prisen for beste HMS-initiativ for gode og effektive opplæringstiltak og Orkla Confectionery & Snacks Norges fabrikk i Trondheim fikk prisen for beste HMS-film. I tillegg har både Orkla og selskapene gjennomført en rekke kurs og samlinger. I alt er det i 2019 gjennomført ca. 34 300 timer organisert HMS-opplæring i regi av konsernet og selskapene. Som hjelp til videre utvikling av HMS-kultur er det i 2019 utarbeidet informasjon og opplæringsmateriell for å skape forståelse for dialoger mellom leder og ansatte. Dette skal nå rulles ut i hele selskapet.

Helsefremmende arbeid

Det registrerte sykefraværet i Orkla var på 4,4 % i 2019, som er en vesentlig forbedring sammenliknet med 2018. Sykefraværet er et komplekst felt som bestemmes av mange faktorer på forskjellige nivåer og som påvirker hverandre på ulike måter, og med ulik styrke. Variasjonene er store mellom land og selskaper, og det jobbes kontinuerlig med forbedringstiltak for å følge opp fravær og drive forebyggende aktiviteter. Forebyggende aktiviteter er viktig for å unngå fremtidig sykefravær, og vi kartlegger derfor helserisiko slik at vi kan gjøre de riktige tiltakene. Flere selskaper i Orkla har gjort risikovurderinger som viser at ergonomi og psykososialt/organisatorisk arbeidsmiljø er det området med størst påvirkning på sykdom relatert til arbeid og arbeidshelse. I forbindelse med Orklas HMS-uke i 2019 var derfor samhold og omtanke viktige temaer. Flere av selskapene har også gjennomført opplæring og andre forebyggende aktiviteter knyttet til psykososialt arbeidsmiljø, rusforebygging og ergonomi.

Skader

Det har vært en nedgang i skader med fravær sammenlignet med 2018. Skadefrekvensen (H1) i 2019 var 3,5. Dette er en reduksjon på 15 % sammenlignet med året før. I 2019 har det vært færre skader med alvorlige utfall og ingen rapporterte brudd på offentlig HMS-regelverk. De fleste skadene er av mindre alvorlig karakter, som kutt, slag og klemskader. Alle sakene er fulgt opp i de respektive selskapene. Rapportering og granskning av HMS-hendelser gir viktig informasjon for å forhindre fremtidige ulykker og hendelser. Dette bidrar til økt forståelse for risiko og bevisstgjøring i organisasjonen. Orkla har totalt en positiv utvikling med reduksjon i antall arbeidsskader. Rundt to tredjedeler av Orklas enheter har ikke hatt skade med fravær i 2019. Selskapene har gjennomført en rekke tiltak for å forebygge skader. I tillegg til omfattende opplæring og forbedring av interne rutiner, er det gjennomført ulike typer sikringstiltak som økt bruk av verneutstyr, bedre merking og utskiftning av gammelt utstyr.

Veien videre

Det skadeforebyggende og helsefremmende arbeidet vil fortsette med vekt på de sentrale prinsippene i Orklas HMS-standard. I tillegg til opplæring og risikokartlegging skal nye tiltak introduseres for å sikre god utvikling mot målet om null skader. For å redusere skadene ytterligere vil vi øke innsatsen knyttet til atferd. Fokus på egne og kollegers sikkerhetsatferd må innarbeides i organisasjonen. Et viktig verktøy i dette arbeidet er implementering av HMS-dialog mellom leder og ansatte. I tillegg blir arbeidet med å utvikle gode og proaktive HMS-indikatorer for oppfølging av selskapene viktig.

Omtanke for mennesker og samfunn

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2019	2018	2017
Interessentdialog og samfunnsengasjement					
203-1	Støtte til eksterne organisasjoner og prosjekter				
	- Investering i lokal infrastruktur	Mill. NOK	0	1,5	-
	- Økonomisk støtte til samfunnsnyttige tiltak	Mill. NOK	14,4	17,6	17,3
	- Verdi av produkter og arbeidsinnsats (pro-bono)	Mill. NOK	11,1	11,4	12,3
415-1	Offentlige tilskudd mottatt ila året				
	- Tilskudd til driftsinvesteringer, arbeids- og miljøtiltak	Mill. NOK	51,6	51,6[1]	14,6
	- Råvarepriskompensasjon	Mill. NOK	159,3	159,8	161,2
202-2	Andel av ledergruppemedlemmer rekruttert fra landet der virksomheten er lokalisert	%	93	91	95
415-1	Samlet verdi av bidrag til politiske formål	Mill. NOK	0	0	0
417-2	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for produktmerking	Antall	2	2	3
417-3	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for markedsføring	Antall	2	0	2
Ansvarlig arbeidsgiver					
405-1	Mangfold blant medarbeidere				
	- Antall ansatte totalt	Antall	18 348	18 510	18 180
	- Andel administrativt ansatte	%	44,3	47,0	40,5
	- Andel operatører	%	55,7	53,0	59,5
	- Andel ansatte under 30 år	%	13,4	13,0	-
	- Andel ansatte 30-50 år	%	53,0	51,7	-
	- Andel ansatte over 50 år	%	33,6	35,3	-
	- Kvinneandel totalt	%	47,3	47,8	48,7
	- Kvinneandel administrativt ansatte	%	51,5	47,5	47,4
	- Kvinneandel operatører	%	44,0	48,1	49,7
405-1	Mangfold blant ledere				
	- Ledere totalt alle nivåer	Antall	2 082	1 850	1 820
	- Kvinneandel ledere totalt	%	39,9	41,4	40,0

[1] Korrigere ift. årsrapport 2018 pga. rapporteringsfeil

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2019	2018	2017
Ansvarlig arbeidsgiver					
405-1	- Andel ledere totalt under 30 år	%	2,5	1,7	-
	- Andel ledere totalt 30-50 år	%	67,2	61,5	-
	- Andel ledere totalt over 50 år	%	30,3	36,8	-
	- Ledere i Orklas konsernledelse	Antall	10	10	9
	- Kvinneandel Orklas konsernledelse	%	20	20	11
	- Ledere i ledergrupper på konsern-, forretningsområde- og selskapsnivå	Antall	391	338	382
	- Kvinneandel ledergrupper på konsern-, forretningsområde- og selskapsnivå	%	35,5	34,9	34,3
401-1	Endringer i arbeidsstokken				
	- Antall nyansatte	Antall	1 909	2 050	1 810
	- Turnover (nyansatte/totalt ant. ansatte[2])	%	10	14	10
404-1	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring pr. ansatt	Timer	8,5	6,8	7,0
412-1	Risikovurdering menneskerettigheter				
	- Antall forretningsenheter som har gjennomført risikovurdering ila. året	Antall	41	35	-
	- Andel forretningsenheter som har gjennomført risikovurdering ila. året	%	93	83	-
412-2	Opplæring i menneskerettighetstemaer				
	- Totalt antall timer opplæring	Timer	42 000	29 700	26 700
	- Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året (ikke unike personer)	%	100	74	45
404-3	Andel medarbeidere omfattet av rutiner for regelmessig utviklingssamtale				
	- Totalt	%	60	61	59
	- Ledere	%	89	86	97
	- Administrativt ansatte	%	77	85	76
	- Salgsmedarbeidere	%	87	88	83
	- Operatører	%	46	48	45
406-1	- Formelle klager eller saker knyttet til regelverk for diskriminering	Antall	1	1	2

[2] Inkluderer tidligere ansatte som har fått ny jobb i fusjonerte selskaper

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2019	2018	2017
Integritet					
205-2	Antikorrupsjonsopplæring				
	- Antall ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	Antall	887	3 950	1 810
	- Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	%	4,8	21,3	9,9
205-3	Formelle klager og saker knyttet til korrupsjonsregelverk	Antall	0	1	0
206-1	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for konkurranserett	Antall	1	0	0
418-1	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for personvern	Antall	0	0	-
419-1	Brudd på regelverk knyttet til sosiale og økonomiske forhold				
	- Verdi av vesentlige bøter eller sanksjoner	Mill. NOK	0	0	-
	- Antall ikke-finansielle sanksjoner	Antall	0	0	-
	- Antall saker håndtert gjennom offentlige klageorgan	Antall	6	4	-
Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet					
403-10	Sykefravær[3]				
	- Sykefravær totalt	%	4,4	4,8	4,7
	- Sykefravær Norge	%	5,2	6,0	5,3
	- Sykefravær i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum	%	3,8	4,5	4,4
	- Sykefravær øvrige verden	%	4,8	4,8	4,8
403-9	Skader[3]				
	- H1[4] totalt		3,5	4,1	5,7
	- H1[4] Norge		1,6	2,1	3,8
	- H1[4] i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum		4,7	5,6	7,2
	- H1[4] Øvrige verden		3,1	3,5	5,3
	- H2[5] totalt		7,0	8,9	12,7
	- H2[5] i Norge		5,7	8,5	9,3
	- H2[5] i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum		10,8	12,2	16,2
	- H2[5] øvrige verden		4,5	6,2	8,7
	- Arbeidsrelaterte dødsfall		0	0	0

[3] Historiske tall er ikke justert for endringer i konsernstrukturen
[4] Antall personskader med fravær pr. million arbeidstimer
[5] Antall personskader med fravær, behov for medisinsk behandling eller arbeidsbegrensning pr. million arbeidstimer