

01 Orklas bærekraftsarbeid

Bevegelse for en bærekraftig livsstil

Orkla ønsker å skape bærekraftig økonomisk vekst ved å mobilisere hele organisasjonen og utvikle produkter og løsninger som er bra for mennesker og miljø.



En fjerdedel av verdens voksne befolkning er overvektig¹, og livsstilssykdommer øker i omfang. Samtidig står verdikjeden for mat og andre dagligvarer for en stor del av verdens klimagassutslipp og er en av hovedkildene til vannforbruket. Kombinasjonen av klimaendringer og befolkningsvekst legger press på råvarer og naturressurser. Disse utfordringene krever økt innsats for å fremme en sunn livsstil og omstilling til bærekraftig produksjon og forbruk. Vi i Orkla ønsker å bidra til en bærekraftig utvikling ved å forbedre våre produkter og verdikjeder og ved å fremme bærekraftige valg overfor kunder og forbrukere. Dette er både et ansvar og en forutsetning for langsiktig vekst.

Orklas fotavtrykk

Orklas dagligvareprodukter kjøpes regelmessig av flere millioner forbrukere, og påvirker deres kosthold, helse og velvære. Selv små forbedringer i produktene kan ha en positiv effekt. Ved å utvikle produkter og tjenester for en sunn livsstil kan Orkla gi viktige bidrag til folkehelsen. Orklas matproduksjon gjør oss til en av de største innkjøperne av jordbruks- og fiskeråvarer i Norden, samtidig som vi påvirker miljøet ved at vi bruker energi og vann og kjøper emballasje og transporttjenester. Orkla er dessuten 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 kan Orkla bidra til en bærekraftig verdikjede for mat og dagligvarer.

Orkla er en stor arbeidsgiver, med omfattende egenproduksjon og virksomhet i mange land. Ved å investere i

kompetanseutvikling og jobbe systematisk for å sikre et godt arbeidsmiljø, helse og sikkerhet bidrar Orkla positivt til medarbeidernes trivsel, helse og personlige utvikling. Orkla-selskapene skaper dessuten økonomiske ringvirkninger for lokalsamfunn i form av arbeidsplasser, skatteinntekter og innkjøp fra lokale leverandører.

Bærekraftig økonomisk vekst

De globale helse- og bærekraftsutfordringene fører til gradvise endringer i forbrukerpreferanser, råvaretilgang, politiske rammebetingelser og konkurranse med konsekvenser for Orklas virksomhet. I en undersøkelse² fra 2017 svarte for eksempel en tredjedel av forbrukerne i de skandinaviske landene at bærekraft påvirker kjøpsbeslutningene deres. Gjennom en langsiktig satsing på å utvikle produkter med positive helseeffekter og redusert miljøpåvirkning har vi i Orkla lagt et viktig grunnlag for forbrukerpreferanse og inntektsvekst. Innsatsen for bærekraftige råvarekjeder og redusert miljøpåvirkning er dessuten viktig for å sikre langsiktig råvaretilgang, oppnå kostnadseffektiv drift og skape tillit til Orklas virksomhet og merkevarer. Det systematiske forbedringsarbeidet vårt knyttet til arbeidsmiljø, helse og sikkerhet, har også stor forretningsmessig betydning ved å bidra til stabil drift og reduserte fraværskostnader.

Orklas bærekraftstrategi ble utarbeidet i 2014 med felles overordnede mål for arbeidet frem til 2020. I 2017 har vi

¹World Health Organization (WHO), 2017

²Sustainable Brand Index, Analysis report Orkla, 2017

revidert strategien og utarbeidet nye langsiktige mål frem til 2025. Bærekraftsstrategien omfatter fem hovedtemaer: «Trygge produkter», «Ernæring og sunnhet», «Bærekraftige råvarer», «Miljøengasjement» 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.

Orklas bærekraftsmål innebærer en gradvis overgang til fornybar energi, økt ressurgjenvinning og produkter for en sunn og bærekraftig livsstil. Dette er ambisiøse mål som vi skal nå ved å mobilisere hele organisasjonen, gjøre bærekraftsarbeidet til en integrert del av virksomheten og fremme dialog og samarbeid med forbrukere, kunder, leverandører, eksterne fagmiljøer og myndigheter. For å understreke betydningen av bred involvering og engasjement har vi valgt å kalle Orklas bærekraftssatsing for en «bevegelse for bærekraftig livsstil».

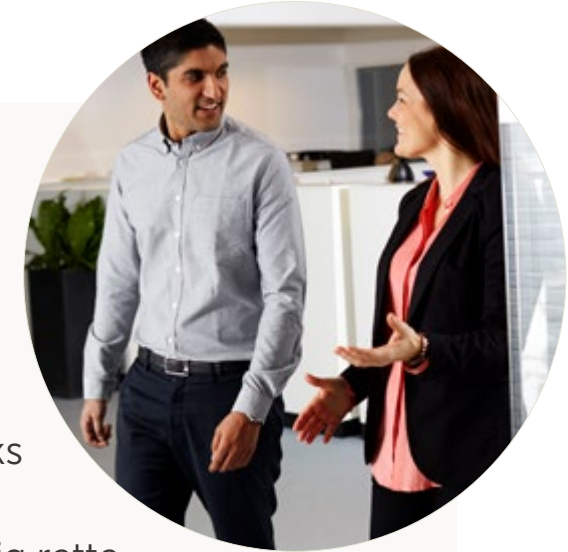
Arbeidet for å nå bærekraftsmålene skjer i stor grad i Orklas mange selskaper med støtte fra konsernfunksjonene. Orkla har et internt bærekraftsnettverk som bidrar til erfaringsutveksling og samarbeid på tvers av selskaper og land. I tillegg har konsernfunksjonene satt i gang flere sentrale initiativ de siste årene for å spre læring og beste praksis, etablere felles tilnærming og systemer og utnytte tilgjengelige ressurser på best mulig måte. Det interne samarbeidet vil bli styrket ytterligere i 2018.

Status for Orklas bærekraftsarbeid

Orkla har en positiv utvikling innenfor alle de fem hovedtemaene. Selskapene har i løpet av de siste årene gjennomført

Blant Europas mest bærekraftige selskaper

Orkla ble i 2017 inkludert i Dow Jones europeiske bærekraftsindeks for syvende år på rad. Indeksen er internasjonalt anerkjent, og en viktig rettesnor for investorer og andre interessenter i vurderingen av selskapers ikke-finansielle resultater.



Blant verdens mest bærekraftige selskaper



Orkla er inkludert på Corporate Knights liste over verdens 100 mest bærekraftige selskaper som ble presentert under World Economic Forum i Davos i januar 2018.

Rangeringen bygger på en analyse av nesten 6 000 selskaper. Orkla er for første gang inkludert på listen, som ett av to norske selskaper.

en rekke vellykkede lanseringer av sunne, vegetariske og økologiske matvarer, sunnere snacks, helsekost, velværeprodukter og vaskemidler med skånsomme ingredienser og produkter som representerer gode miljøvalg. Flere av selskapene har i 2017 også gjennomført kampanjer eller andre kommunikasjonstiltak for å gjøre forbrukere og kunder mer bevisste på betydningen av sunne og bærekraftige valg.

Arbeidet for å sikre trygge produkter følger strenge standarder, og de risikoforholdene som er oppstått i 2017 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 ambisiøse målsetninger om å redusere klimagassutslippene gjennom mer effektiv ressursutnyttelse og omlegging fra fossil til fornybar energi. Som en stor produsent av fornybar elektrisitet, produserer Orkla mer enn seks ganger sitt eget forbruk. Gjennom bruk av ordningen med opprinnelsesgarantier sørger vi for at alle europeiske lokasjoner og fabrikker bruker fornybar strøm. Med dette tiltaket er målet for reduksjon av klimagassutslipp for perioden 2014–2020 allerede nådd. I 2017 har Orkla satt nye mål for klimagassreduksjonen frem til 2025.

Orkla har god fremdrift i arbeidet med å følge opp leverandører for å sikre trygge og ansvarlig produserte råvarer. I samarbeid med leverandører og eksterne ekspertmiljøer har vi i 2017 tatt nye steg på vei mot målet om bærekraftig råvareproduksjon, men fremdeles gjenstår mye arbeid på dette området. Orklas

menneskerettighetspolicy er revidert i 2017, og vi har startet implementeringen av nye og mer systematiske rutiner for aktsomhetsvurdering knyttet til ansvaret for egne medarbeidere. Arbeidet med kompetanseheving, arbeidsmiljø, helse og sikkerhet og antikorrupsjon er også ytterligere styrket i 2017.

Resultatene fra bærekraftsarbeidet i 2017 og målene for det videre arbeidet er nærmere beskrevet i egne kapitler for hvert hovedtema.

Orklas bærekraftsrapportering

Valget av temaer og indikatorer for rapporteringen av Orklas bærekraftsarbeid er basert på en vesentlighetsanalyse, i tråd med retningslinjene i rapporteringsstandarden GRI G4 og Oslo Børs' veiledning om rapportering av samfunnsansvar. I vurderingen har vi lagt vekt på den langsiktige kommersielle og samfunnsmessige effekten av Orklas innsats og av temaenes betydning for interessenters vurderinger og beslutninger. De interessentgruppene vi mener er viktigst for Orklas mulighet til å lykkes, og som derfor er tillagt størst vekt i vesentlighetsanalysen, er investorer, myndigheter, forbrukere, kunder og medarbeidere.

Vesentlighetsanalysen ble opprinnelig utarbeidet i 2015, men er gjennomgått og oppdatert i 2017. Antallet hovedtemaer er redusert fra syv til fem for å få en enklere og mer oversiktlig struktur. Noen temaer har fått nytt navn og vi har justert litt på vurderingen av hvor viktige temaene er. Blant annet er to nye temaer identifisert som vesentlige, «fremme sunt og bærekraftig forbruk» og «beredskap for nye risikoforhold».

I tillegg er «dyrevelferd» identifisert som et nytt, viktig tema. Endringene er gjort i forbindelse med revisjonen av Orklas bærekraftstrategi. Vi har kartlagt hvilke bærekraftstemaer Orklas interessenter er opptatt av, basert på forbrukerundersøkelser, analyser utført av eksterne bærekraftsanalytikere og offentlig tilgjengelig informasjon.

Orklas bærekraftsrapportering omfatter alle temaer definert som viktige og vesentlige, men de vesentlige temaene er tillagt størst vekt. Rapporteringen omfatter de samme temaene som tidligere, med noen endringer i temanavn og rapportstruktur som følge av den oppdaterte vesentlighetsanalysen. Orkla rapporterer i henhold til GRI G4 Core. En oversikt over hvilke indikatorer som er dekket, er gitt på www.orkla.no/Samfunnsansvar/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 2017 er gitt i disse kapitlene:

- «Orklas bærekraftsarbeid» side 52 (samfunnsansvar)
- «Bærekraftige innkjøp» side 77 (menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, sosiale forhold og miljø i leverandørkjeden)
- «Miljøengasjement» side 87 (miljø)
- «Omtanke for mennesker og samfunn» side 97 (menneskerettigheter, likestilling og ikke-diskriminering, arbeidsmiljø, skader, ulykker, sykefravær, arbeidstakerrettigheter i egen virksomhet, sosiale forhold)

Med mindre annet er angitt omfatter nøkkeltallene i Orklas

bærekraftsrapportering alle virksomheter der Orkla hadde mer enn 50 % eierandel pr. 31.12.2017. Nøkkeltall for utslipp og energi- og vannforbruk vil bli verifisert av det uavhengige selskapet CO2 focus 1. januar 2018. For informasjon om bærekraftsarbeidet i det tilknyttede selskapet Jotun henviser vi til selskapets egen rapportering.

Vesentlighetsanalysen



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 er basert på FNs menneskerettighetserklæring, ILOs kjernekonvensjoner og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Disse er vedtatt av Orklas styre og gjelder for hele konsernet, inkludert heleide datterselskaper. Orklas styringsrutiner for samfunnsansvar er beskrevet i konsernets årsberetning på side 33 i denne rapporten.





FNs Global Compact og de globale bærekraftsmålene

Orkla har siden 2005 vært tilsluttet FNs Global Compact og støtter aktivt opp om initiativets ti prinsipper for menneske- og arbeidstakerrettigheter, miljø og antikorrupsjon. Gjennom Orklas bærekraftsarbeid bidrar vi aktivt til en rekke av de globale bærekraftsmålene som FN lanserte i 2015, og som gjelder frem til 2030.

Vi har vurdert følgende mål som spesielt relevante for Orkla:

SDG 2 Zero hunger

SDG 8 Decent work and economic growth

SDG 13 Climate action

SDG 15 Life on land

SDG 3 Good health and well-being

SDG 12 Responsible production and consumption

SDG 14 Life below water

SDG 17 Partnership for the goals.

Orklas konsernsjef, Peter A. Ruzicka, signerte i 2016 «The Businessworthy Pledge», en personlig forpliktelse til å jobbe for de globale bærekraftsmålene:

Peter A. Ruzicka
konsernsjef

«The United Nations Sustainable Development Goals represent a once-in-a-lifetime opportunity to end poverty, combat climate change and fight injustice and inequality. By applying innovation, resources and expertise, I will pursue the business opportunities inherent in building a greener, more equitable and inclusive society. I am a business leader who knows that business cannot succeed in societies that fail. I will do my utmost to be businessworthy in all my efforts, and to tune my business to support the United Nations Sustainable Development Goals. I call on my peers to do the same.»

02 Ernæring og sunnhet

Gjør det enklere å leve sunt

De globale helseutfordringene er store, og det skjer en bred mobilisering for å redusere omfanget av livsstilsrelaterte sykdommer. Orkla vil være en del av løsningen og bidra til et sunt og godt kosthold i befolkningen.



Det store bildet

Flere og flere får livsstilsrelaterte sykdommer som følge av et usunt kosthold. Det er nå en bred aksept for at de globale helseutfordringene er noe matvareindustri, handel, fagmiljøer og myndigheter må håndtere i fellesskap. Myndighetene forventer i større grad at matbransjen tar ansvar for å bedre folkehelsen og er en del av løsningen. Helse og velvære er en sterk forbrukertrend og handelen etterspør sunnere alternativer i stadig flere produktkategorier.

Vår påvirkning

Som en betydelig aktør i det europeiske dagligvare-markedet er Orkla opptatt av å være en del av løsningen. Vi kan påvirke både gjennom å være en pådriver for samarbeids-initiativ for en bedre folkehelse og ved å utvikle sunnere varianter av matvarer og produkter som inngår i det daglige kostholdet. Ved å tilby helse- og velværeprодукter og tjenester gjør vi det enklere å leve sunt. Alle forretningsområdene våre har satt ernæring og forbrukerhelse tydelig på agendaen. Selskapene jobber aktivt med å tilpasse produktporteføljen til helserelaterte forbrukertrender. Vi forventer at en stor del av veksten fremover vil komme fra lanseringer relatert til ernæring og sunnhet. Dette gjelder alt fra sunnere alternativer til nytelsesprodukter som kjeks, barer og snacks samt produkter skreddersydd ulike helsebehov.

Orklas bærekraftsløfte

«Gjøre det enklere å leve sunt»

Hovedmål frem mot 2020

Orkla satte i 2014 følgende mål for arbeidet med ernæring og helse frem mot 2020:



Utvikle produkter med mindre salt, sukker og mettet fett



Lansere konsepter og innovasjoner som bidrar til et sunnere liv



Bidra til økt forbruk av fisk



Gjøre det enklere for forbruker å velge sunne produkter



Fremme ansvarlig markedsføring

I 2017 har Orkla satt nye mål for arbeidet frem mot 2025. Vi forsterker satsingen ved å sette tallfestede mål for hvordan selskapene i Orkla skal bidra til å øke salget av produkter for helse og sunnhet og redusere forbruket av salt og sukker. Arbeidet med ernæring og sunnhet støtter opp under FNs globale bærekraftsmål SDG3.

**Bærekraftsmål frem mot 2025**

Doble forbruket av produkter og tjenester for bedre helse

- Doble forbruket av produkter og tjenester som bidrar til en sunnere livsstil¹
- 15 % mindre salt og sukker²
- Inspirere til en sunnere livsstil

Vår tilnærming

Orkla-selskapenes arbeid med produktutvikling og innovasjon tar utgangspunkt i lokale behov og smakspreferanser. Gjennom forskningsprosjekter og nært samarbeid med eksterne kompetansemiljøer får selskapene ny kunnskap om helse og kosthold. Orkla er også en aktiv medspiller for myndighetene, og har god dialog med dem både på EU-nivå og i flere av landene der konsernet har virksomhet. Helse og ernæring er ett av fire prioriterte områder for innovasjon i Orkla. Selskapene jobber samtidig systematisk med å bedre produktenes ernæringsprofil og driver aktivt utviklingsarbeid for å redusere mengden salt, sukker og mettet fett. Arbeidet følges opp fra Orkla sentralt gjennom intern rapportering og rutiner for «business area reviews». Resultatene rapporteres regelmessig til Orklas styre.

¹Gjelder utvalgte produkttyper. Basisår 2017.

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



Sunnere folkefavoritter

I Orkla legger vi ned en stor innsats i å utvikle sunnere matvarer og produkter med mindre salt, sukker og mettet fett. Selskapene våre har hatt god fremgang i arbeidet også i 2017.

I et folkehelseperspektiv betyr små forandringer i det daglige kostholdet hos mange mer enn store endringer hos enkelt-personer. I Norge har Orkla et godt og velfungerende samarbeid med helsemyndighetene og bransjen. Gjennom intensjonsavtalen for sunnere mat har vi forpliktet oss til konkrete mål for reduksjon av salt, sukker og mettet fett. Orkla skal blant annet bidra til å redusere nordmenns daglige saltinntak fra ti til åtte gram innen 2021. Gjennom flere år har også Orklas selskaper i Norden, Baltikum, Sentral-Europa og India gradvis redusert mengden salt, sukker og fett i en rekke av sine produkter.

Utviklingen i 2017

Som en del av samarbeidsavtalen med helsemyndighetene, har Orkla i 2017 bidratt til å utvikle et felles målesystem for å følge opp bransjens arbeid for sunnere mat. Orkla-selskapene i Norge og Sverige har redusert sukkerinnholdet i flere produkter, både gjennom egne initiativ og samarbeidsprosjekter med kunder i handelen. Vi har god fremdrift i arbeidet med å fjerne salt i de norske produktene våre, og har i 2017 redusert saltinnholdet betydelig i flere kjeksvarianter, snacksprodukter, pizza og andre matvarer. I Sverige er saltinnholdet redusert i flere kjeksvarianter, mens indiske MTR Foods har redusert



saltinnholdet i mange av sine bestselgere. Orkla bidrar til å redusere folks inntak av mettet fett ved å erstatte palmeolje med sunnere alternativer. Som et resultat av mange års arbeid er de fleste av Orklas matvarer, kjeks, snacks og sjokolade i det nordiske dagligvaremarkedet nå fri for palmeolje. I 2017 er palmeolje også erstattet i supper og buljonger fra Vitana og enkelte ferdigretter fra MTR Foods i India.



Veien videre

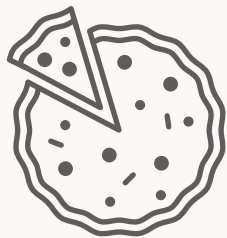
Orkla vil i 2018 fortsette arbeidet med å redusere innholdet av salt, sukker og fett. Reduksjon av sukker vil være viktigste prioritet fremover for selskapene i alle forretningsområder.



Saltreduksjon i barnekjeoks

Orkla Confectionery & Snacks Norge har som mål å fjerne 21 tonn salt fra sine snacks- og kjeoksprodukter innen 2018. Det er ekstra viktig å redusere saltet i produkter som spises av barn. Derfor har selskapet i 2017 lagt ned en betydelig innsats for å redusere saltet i Bokstavkjeoks (40 % mindre salt) og Tom & Jerry-kjeoks (40 % mindre salt). Fra januar 2018 er det også 30 % mindre salt i KiMs Elias snacks. Siden 2015 er i alt ca. 70 tonn salt fjernet fra Orklas norske produkter, og vi nærmer oss målet om 80 tonn saltreduksjon innen utgangen av 2018.

Sunnere folkefavoritter – resultat 2017



80 tonn mindre salt

Orkla har i 2017 bidratt til en årlig reduksjon i saltforbruket på ca. 80 tonn gjennom å utvikle produkter med mindre salt. De siste fem årene er saltmengden redusert tilsvarende en årlig reduksjon i forbruket på ca. 1200 tonn.

Mindre salt i pizza, ferdigretter, kjeks og ketchup



1040 tonn mindre sukker

Effekten av innsatsen i 2017 er en årlig reduksjon i sukkerinntaket tilsvarende 1040 tonn. Totalt bidrar Orklas portefølje av sukkerfrie og sukkerreduserte produkter til en reduksjon i befolkningens sukkerinntak på ca. 16 000 tonn.

Mindre sukker i pålegg, mellommåltider, smoothies, syltetøy og ketchup. Saft, halspastiller, mellommåltider, syltetøy og frokostblandinger uten tilsatt sukker.



960 tonn mindre mettet fett

Ved å utvikle produkter med en sunnere fettsammensetning har Orkla bidratt til en årlig reduksjon i forbruket av mettet fett på ca. 960 tonn i 2017. De siste fem årene er forbruket redusert med ca. 4600 tonn.

Mindre mettet fett i supper, buljonger, ferdigretter og chips.



Innovasjoner som bidrar til en sunnere livsstil

Gjennom å kombinere lokal forbrukerinnsikt og ny kunnskap innen helse har Orkla i 2017 lansert flere nye produkter som bidrar til en sunnere livsstil.

Flere av Orklas selskaper har i 2017 styrket satsingen på vegetarisk, naturlig mat uten tilsetningsstoffer og «bedre for deg»-produkter.

Vegetarmat

Etterspørselen etter vegetarisk og plantebaserte matvarer øker, og stadig flere velger kjøttfrie alternativer én eller flere dager i uken. Orkla Foods Sverige har i 2017 fortsatt sin vegetarsatsing, med 60 % vekst i salget av vegetarprodukter fra merkene Felix og Anamma. Blant nyhetene i 2017 er FELIX Veggie Morotsbullar og vegetariske burgere. Gjennom selskapet Naturli' Foods, har Orkla etablert seg som en ledende leverandør av vegansk mat og drikke i Danmark. Naturli'-produktene, som alle er 100 % plantebaserte og økologiske, er velkjente blant danske forbrukere. I porteføljen er alt fra drikker basert på ris, soya, kokos eller mandler, via smørbare pålegg og plantepålegg til kjøttfrie middagsalternativer og ferdigretter. Blant mange nye lanseringer i 2017 er Naturli' Smørbar, en 100 % økologisk og plantebasert spread, og Funky Fields, en innovativ serie med soyabaserte middagsretter.

Naturlig mat uten tilsetningsstoffer

Flere og flere forbrukere etterspør naturlige produkter uten tilsetningsstoffer. Orkla Foods har i 2017 fortsatt satsingen på naturlig helse med merkevaren Paulúns i Sverige, Finland og Latvia. I Danmark er produktene lansert under merkevaren «Det gode liv». Utvalgte produkter er også lansert i Norge under merkevaren Bare Bra. Produktene er utviklet i nært samarbeid med ernæringsfysiolog Fredrik Paulúns. De inneholder bare naturlige råvarer, er uten tilsatt sukker og består av nøye utvalgte sunne ingredienser. Blant nyhetene i 2017, er Paulúns Superbar, Paulúns Paleo Super Granola og Paulúns Superbowl, en serie med sunne og smakfulle ferdigretter med kun naturlige råvarer. Middagsrettene kommer i tre varianter. Alle har et høyt proteininnhold og dekker inntil 40 % av dagsbehovet for grønnsaker.



Dansk supermarked introduserer vegansk kjøttdeig

Fra 2018 kan danske forbrukere enkelt kjøpe plantefarse som et alternativ til kjøttdeig. Samtlige 600 butikker under Dansk Supermarked selger Naturli' Hakket fra Orkla. Produktet er laget utelukkende av planter som hvete, soya, rødbete, kokosolje, mandler, tomater og sopp. Det skal gi samme struktur, protein, farge og smak som vanlig kjøttdeig. Prisen på Naturli' Hakket er på nivå med tradisjonell kjøttdeig, bruksområdene er de samme, og produktet er bredt tilgjengelig for folk flest gjennom distribusjon i Dansk Supermarked. Dansk Vegetarisk Forening uttalte til danske medier at dette var «en verdenssensasjon», da lanseringen ble kjent i markedet.



McDonald's velger vegetarburgere fra Anamma

Vegetarisk og vegansk er en sterk trend, og stadig flere ønsker å spise plantebasert. McDonald's Food Team har sammen med Anamma, en merkevare fra Orkla Foods Sverige, utviklet en helt ny vegansk burger til McDonald's meny. Burgeren, som produseres i Sverige, har allerede gjort suksess i Finland, der den ble testlansert i et begrenset antall restauranter høsten 2017. I slutten av desember ble McVegan lansert bredt på McDonald's meny i både Sverige og Finland. Samarbeidet med McDonald's er langsiktig og gir store muligheter for å utvikle flere nye retter og smaker.



«Bedre for deg»-produkter

Orkla Confectionery & Snacks har etablert en felles strategisk tilnærming til arbeidet med å utvikle "Bedre for deg"-produkter og alle selskapene har i 2017 satt mål for dette arbeidet frem mot 2021. Orkla Confectionery & Snacks Norge har lansert flere "Bedre for deg"-produkter under merkevaren Småsulten, og vurderer også å lansere disse produktene i andre land. Den populære kjeksen Kornmo Original har vært på markedet i 70 år. De to siste årene er merket utvidet med sunne knekkebrød i to smaksvarianter og fullkornscookies med 50 % fullkorn og naturlig søtning fra frukt. I 2017 kom den helt nye kjeksen Kornmo 7. Den er ikke tilsatt sukker, og er laget med bare syv kjente og sunne ingredienser. Kornmo er et av merkene i Orkla med sterkest organisk vekst, som følge av flere vellykkede lanseringer.

Et globalt helsemerke

De siste årene har Möller's tran blitt introdusert i en rekke europeiske land og utviklet seg til å bli en av de største aktørene innenfor omega-3 i Europa. Årlig selges det over fem millioner flasker, hvorav halvparten nå selges utenfor Norge, som utgjør det største markedet. I Polen har Möller's hatt en sterk vekst siden den ble introdusert i 2004. Nylig ble Möller's tran også introdusert i Hellas, Tsjekkia, Russland og Spania. Økt vekt på naturlighet, helse og omega-3 og ikke minst mer oppmerksomhet rundt den unike verdikjeden til Möller's tran kan forklare den sterke veksten. Som i 1854 fanges fisken fortsatt utenfor kysten av Lofoten og Vesterrålen i Nord-Norge.

Weight wellness - fra pulver til tjenester?

Hvilke tjenester kan Orkla Health levere i fremtiden for å hjelpe folk til en bedre helse? Det er utgangspunktet for et nytt innovasjonsprosjekt og flere workshops med støtte fra Forskningsrådet i regi av Design og arkitektur Norge (DOGA). I samarbeid med byrået Designit skal Orkla Health utforske og kartlegge kundereisen med utgangspunkt i områdene vekt, sport og magehelse. Tradisjonelt har Orkla Health blant annet levert pulver som et av hovedproduktene til Nutrilett, men kanskje skal en av de neste løsningene være å levere personlige veiledningstimer av en ernæringsfysiolog eller «personifisert helse». Målet med prosjektet er å skape en tjeneste som gjør det enklere for forbrukere å leve sunt, og samtidig knytte forbrukerne til seg på en sterk og unik måte.

Forskningsprosjekter

Det pågår flere studier knyttet til Orklas merkevarer, og selskapene er involvert i 20 forskningsprosjekter, hvorav 9 er relatert til helse.

Veien videre

De viktigste prioriteringene i satsingen på sunn mat frem mot 2025 er:

- Fisk og vegetarmat (Orkla Foods)
- «Bedre for deg»-produkter (Orkla Confectionery & Snacks)
- «Weight Wellness» og omega-3 (Orkla Care)
- Fullkorn- og vegetarprodukter (Orkla Food Ingredients)

Gjør det enklere å leve sunt

I Orkla er vi opptatt av tydelig og ærlig produktinformasjon. Det er en forutsetning for å ta sunne valg. Selskapene våre gjennomfører også kampanjer for å inspirere til en sunnere livsstil.

Alle Orklas produkter følger de samme retningslinjene for ernæringsmerking. På enkelte områder har vi valgt å gå lenger enn det myndighetene krever i sitt regelverk for merking av mat. Informasjon om ernæring og helse, og produkters næringsinnhold er tilgjengelig på selskapenes nettsider. Orkla har i tillegg forbrukerservicetjenester som svarer på henvendelser.

Utviklingen i 2017

Orkla har en felles forbrukerservice for selskapene i Norge, og i 2017 ble dette også etablert i Sverige. Med dette bedrer vi tilgjengeligheten på alle flater der forbrukerne forventer å komme i kontakt med Orklas merkevarer. Orkla har i 2017 implementert et felles CRM-system for forbrukerservice i de fire nordiske landene, som gjør det enklere å samarbeide på tvers av landegrensene.

Flere av selskapene har gjennomført kampanjer for å inspirere forbrukerne til å ta sunne og gode valg. Orkla Foods Sverige har etablert Abba Fiskpatrullen, som de siste to årene har reist rundt til svenske familier for å sjekke fiskeforbruket og demonstrere hvor enkelt det er å tilberede gode og sunne



fiskeretter. Orkla Health har utarbeidet en helhetlig strategi for helse med økt satsing på forbrukerveiledning og produkter som hjelper forbrukerne til et sunt kosthold.

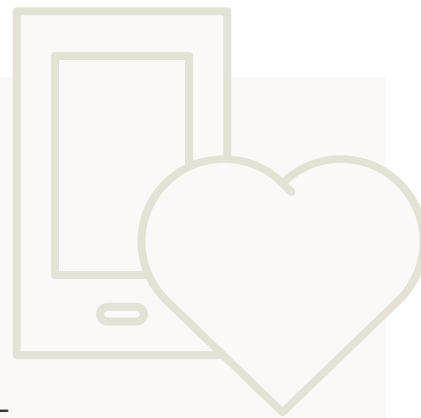
Satser videre på Nøkkelhullet



Forbrukere i de nordiske landene har høy tillit til merkeordningen Nøkkelhullet. Orkla har de siste årene styrket sin satsing ved å lansere stadig flere nøkkelhullsprodukter. Selskaper i Norge, Sverige og Danmark har i alt 120 produkter som er merket med Nøkkelhullet, og Orklas omsetning av disse matvarene utgjorde rundt 500 millioner kroner i 2017, en vekst på 25 % fra året før.

Investerer i helse-app

Orkla Venture investerte i 2017 i verdens ledende startup innen smart-teknologi og helse, Your.MD. Den norsk-engelske helse-appen bruker kunstig intelligens, big data og en «chatbot» for å gi brukerne svar på ulike helsespørsmål. Your.MD har også utviklet en «One Stop Health»-plattform hvor brukeren får tilgang til kvalitets-sikrede produkter og tjenester fra lokale partnere. Your.MD har blitt lastet ned 2,1 millioner ganger og har ca. 1 million månedlige brukere i 120 land.



God og ansvarlig markedsføring

Orkla er opptatt av ansvarlig markedsføring mot barn og unge, og har derfor en restriktiv praksis. I Norge har Orkla vært sentral i etableringen av det frivillige bransjesamarbeidet, Matbransjens Faglige Utvalg, og sitter også i utvalgets styre. Selskapene har i 2017 hatt én sak knyttet til markedsføring av mat og drikke mot barn. Det er rapportert inn én sak knyttet til bruk av påstander i markedsføringen av Orklas produkter i 2017 og tre saker knyttet til avvik i merkingen av produkter. Orkla-selskapene har dialog med myndighetene og har gjennomført relevante endringstiltak.

Veien videre

De viktigste prioriteringene i satsingen på sunn mat frem mot 2025 er:

- Drive etterspørselen etter Nøkkelhullsprodukter (Orkla Foods)
- Inspirere gjennom å løfte frem gleden ved sunnere snacks (Orkla Confectionery & Snacks)
- Gjennomføre kampanjer som inspirerer folk til en sunnere livsstil (Orkla Care)
- Inspirere kunder til å velge flere sunne produkter (Orkla Food Ingredients)



03 Trygge produkter

Trygge produkter er et spørsmål om tillit

God kvalitet og trygge produkter er noe vi tar på alvor i Orkla. Derfor stiller vi strenge krav til mattrygghet og produkt-sikkerhet i alle land der vi produserer eller selger våre produkter.



Det store bildet

Forbrukere blir stadig mer opptatt av hva de spiser, hvor maten kommer fra, og hvordan den lages. Mange er også opptatt av tilsetningsstoffer og vil vite hva produktene de omgir seg med i hjemmet inneholder. Kravet til transparens og sporbarhet gjennom verdikjeden øker, samtidig som risikobildet blir stadig mer komplekst. Det fordrer en sterk kvalitetskultur og kompetanse til å fange opp og håndtere nye risikoforhold i verdikjeden på et tidlig tidspunkt.

Vår påvirkning

Orklas produkter kjøpes regelmessig av flere millioner forbrukere rundt om i verden. En forutsetning for at produktene velges på ny hver eneste dag, er at forbrukerne liker og stoler på dem. Som produsent har vi et grunnleggende ansvar for å sikre at alle produktene våre er trygge i bruk. Gjennom gode systemer og rutiner for mattrygghet og produksikkerhet kan vi bidra til god helse og god bransjepraksis.

Alltid trygg mat

Orkla har en kompromissløs holdning til mattrygghet. Vi stiller de samme strenge kravene til kvalitet og mattrygghet i alle land der vi produserer eller selger Orklas produkter. Gjennom Orklas mattrygghetsstandard sikrer vi et høyt og enhetlig nivå på alle konsernets fabrikker, enten det gjelder produksjon av Grandiosa-pizzaer på Stranda eller ferdigmat og krydder fra vegetarselskapet MTR Foods i Bangalore, India.

Hovedmål frem mot 2020

Orkla satte i 2014 følgende mål for arbeidet med mattrygghet frem til 2020:



Alle Orklas selskaper og fabrikker skal ha en sterk mattrygghetskultur



Alle fabrikkene skal oppfylle kravene i Orklas mattrygghetsstandard



Alle leverandørene skal oppfylle Orklas strenge krav til mattrygghet



Vi skal intensivere arbeidet for trygge og sunne råvarer i hele verdikjeden, gjennom samarbeid med bønder og gode sporbarhetssystemer



Vi skal samarbeide med eksterne fagmiljøer for å bli enda bedre til å håndtere nye risikoforhold i verdikjeden.

I 2017 har vi satt nye mål for arbeidet med trygge produkter frem mot 2025. Målet om et stabilt høyt nivå på mattrygghet i alle matvareselskaper er videreført, og tydelige mål er etablert for de selskapene som produserer andre typer produkter. Arbeidet støtter FNs globale bærekraftsmål SDG 12 og SDG 17.

Orklas bærekraftsløfte

«Være forberedt på å håndtere nye risikoforhold»

Bærekraftsmål frem mot 2025

- 100 % av våre matfabrikker oppfyller mattrygghetsstandarden
- 100 % godkjente leverandører
- Alle produkter er trygge å bruke

Orklas tilnærming

Orkla Food Safety Standard er grunnlaget for mattrygghetsarbeidet i Orkla og sikrer et høyt og enhetlig nivå på alle konsernets fabrikker. Den bygger på den internasjonalt anerkjente standarden for trygg mat fra BRC (British Retail Consortium) og dekker alle risikoforhold som er spesielt viktige for selskapenes matvareproduksjon. Standarden revideres regelmessig av Orklas sentrale mattrygghetsavdeling. Alle matvarer Orkla lanserer, har i utviklingsprosessen gjennomgått en grundig risikovurdering for at vi skal kunne kartlegge og kontrollere potensiell helsefare knyttet til emballasje, ingredienser og bruk. En egen standard er innført for Orklas salgs- og distribusjonsselskaper. Selskapene følges opp

gjennom egne revisjoner utført av Orklas mattrygghetsteam. I tillegg er alle leverandører pålagt å overholde konsernets strenge retningslinjer for trygg råvareproduksjon. Gjennom et felles system for godkjenning og oppfølging av leverandører sikrer Orkla at selskapene har verktøy og retningslinjer for å kunne vurdere risikoer og for å godkjenne og følge opp leverandører av råvarer, emballasje og leieproduserte ferdigvarer. Oppfølgingen av leverandører gjennom egen-vurderingsskjemaer og kontroller fra Orklas revisjonsteam sikrer at leverandørene er svært bevisste på hvor viktig det er med gode mattrygghetsstandarder.



Utviklingen i 2017

Styrket mattrygghetskultur

Orkla har gjennom målrettet arbeid med opplæring og kompetansebygging etablert en god mattrygghetskultur i egne selskaper og fabrikker. I 2017 er opplæringstilbudet styrket ytterligere gjennom et nytt kurs i rotårsaksanalyse og opplæring i det nye dokumenthåndteringssystemet. Det er gitt opplæring i den nye versjonen av Orklas mattrygghetsstandard for salgs- og distribusjonsselskaper og kurs i Orklas mattrygghetsstandard, allergenhåndtering, leverandøroppfølgingssystem og i HACCP. I alt 340 medarbeidere har deltatt på kursene som er holdt i 2017. I tillegg har selskapene gjennomført omfattende opplæring i mattrygghetsrutinene for sine ansatte.

Oppfølging og integrasjon av nye selskaper

Orkla har i dag god kontroll med mattryggheten i egen virksomhet. Som følge av flere nye oppkjøp har vi i 2017 lagt ned en betydelig innsats i oppfølging, opplæring og integrasjon av nye virksomheter. I alt ble det gjennomført 79 fabrikkrevisjoner, 21 flere enn i 2016. Orklas sentrale mattrygghetsavdeling var i 2017 involvert i flere oppkjøpsprosesser i konsernet, noe som utgjør en viktig del av arbeidet med mattrygghet.

Deling av beste praksis

Mattrygghet er et av områdene der vi i stadig større grad jobber som ett Orkla ved å utvikle felles systemer og arbeidsmåter på tvers av selskaper. Orkla Foods har i 2017 etablert en felles kvalitetsorganisasjon for selskapene i Norge, Sverige og Danmark. Også selskapene i de andre forretningsområdene

samarbeider tett – gjennom felles løsninger for kundesamarbeid og produkt databaser. Kompetanse deles også gjennom nettverk og konferanser. I 2017 ble Orklas mattrygghetskonferanse avholdt i Riga. Her møttes over 100 nøkkelpersoner innen kvalitet og mattrygghet fra 40 Orkla-selskaper og 18 ulike land for å utveksle erfaringer og dele beste praksis.

Trygge leverandører

Orkla har over mange år stilt strenge krav til sine leverandører av råvarer og ferdigvarer. Rutinene for oppfølging er godt innarbeidet i Orklas innkjøps- og kvalitetsavdelinger. Alle selskapene er pålagt å gjøre en risikovurdering av råvarene som kommer inn i fabrikk, ved hjelp av egne verktøy utviklet av Orkla.

Matsvindel er en voksende utfordring globalt og noe det er vanskelig å gardere seg mot. Sommeren 2017 ble det avdekket at fipronil var brukt ulovlig i eggproduksjonen på flere nederlandske hønsegårder. En rekke land ble berørt av skandalen, også Norge. Etter funn av fipronil i eggeplommepulveret som inngår i enkelte varianter av Idun-dressingene, valgte Orkla Foods å kalle tilbake produktene. Forekomsten var under grensene som er satt av EUs helsemyndigheter, så det medførte ingen helsefare å spise produktene.

Tillit gjennom god beredskapshåndtering

Orkla har utarbeidet en beredskapsplan for å kunne håndtere uforutsette og uønskede hendelser på en god måte, og vi følger kontinuerlig utviklingen i beredskapssaker. I 2017 er det



gjennomført beredskapsøvelser for ledergruppene i tre utvalgte selskaper med vekt på god beredskapsforståelse, håndtering av en beredskapssituasjon og medietrening. I tillegg holder hver enkelt fabrikk årlige øvelser. Det har vært en større bredde i typen beredskaps-saker og et høyere antall saker enn i 2016, men ingen alvorlige hendelser der forbrukere har fått alvorlige skader eller er blitt syke.

Resultater 2017

	Enhet	2017	2016	2015
Trygg matvareproduksjon				
Revisjon av Orklas fabrikker	Antall fabrikker	79	58	76
Opplæring i mattrygghet - deltakelse på Orkla Food Safety Training Course	Antall medarbeidere	12	12	17
Trygge leveranser av råvarer				
Oppfølging av leverandører gjennom egenvurderingsskjemaer	Antall skjemaer	1790	1783	1555
Risikovurderinger gjort av Orklas selskaper	Antall risikovurderinger	1165	1172	1089
Leverandørrevisjoner	Antall fysiske revisjoner	320	306	307
Opplæring i leverandørrevisjon	Antall medarbeidere	18	23	20
Kompetansebygging				
	Antall deltagere på kurs	340	576	
	Antall kurstimer	2384	3605	



Dagligvarer med høy kvalitet

I Orkla er vi opptatt av at alle produktene våre skal være trygge for forbrukerne. Vi stiller strenge krav til kvalitet og produktsikkerhet når vi utvikler vaskemidler, tekstiler og produkter til personlig pleie.

På samme måte som i matproduksjonen følger selskapene i Orkla Care strenge retningslinjer for produktsikkerhet gjennom hele verdikjeden. Alle selskapene vurderer produktsikkerhet som en del av innovasjonsprosessen, og nær 100 prosent av produktene har gjennomgått en helse og sikkerhetsvurdering.

Arbeidet er basert på et føre-var-prinsipp, og selskapene jobber systematisk med å bytte ut ingredienser som kan ha en 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 2017.

Utvikling i 2017

Pierre Robert Group har i 2017 implementert GOTS, den anerkjente sertifiseringsordningen for økologiske tekstiler, og svanesertifisering på mange av sine viktigste produkter og har



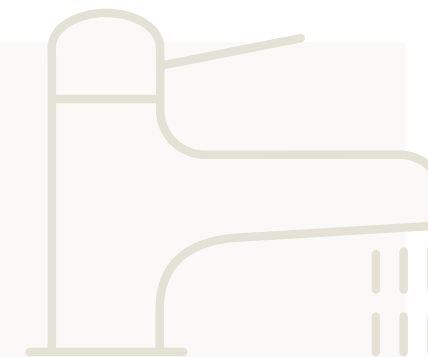
dermed styrket oppfølging, kontroll og dokumentasjon av omfattende sosiale krav og miljøkrav som er med på å sikre trygge produkter. Kravene til begge sertifiseringene omfatter hele verdikjeden. Det betyr at produktene både er mer bærekraftig produsert og tryggere for mennesker og miljø.

Orkla Home & Personal Care har gjennom mange år lagt vekt på å ha miljøtilpassede produkter og vært en aktiv bruker av det offisielle miljømerket Svanen helt siden 1993. Miljøvurderinger inngår i all produktutvikling, og selskapet benytter bare veldokumenterte ingredienser når det utvikler rengjørings- og vaskemidler og produkter til personlig pleie. I 2017 endret selskapet dysene på JIF-sprayflasker for å begrense spraytåke. Typen konserveringsmiddel er endret i flere produkter, blant annet i Milo og JIF Allrent.

Lilleborg utvikler og selger effektive og bærekraftige hygiene- og rengjøringssystemer til det profesjonelle markedet. I 2017 har selskapet bidratt med produkter og kompetanse i et forskningsprosjekt på rengjøringssprayer i regi av Statens arbeidsmiljøinstitutt. Lilleborg gikk i den forbindelse igjennom alle sine sprayprodukter, oppdaterte brukerinformasjon og etiketter og endret dysene på flere av produktene. Selskapet har jobbet aktivt med nye rengjøringsmetoder i mange år, og en vaskerobot er blant lanseringene i 2017.

Vaskerobot fra Lilleborg gir mer bærekraftig rengjøring

Økt bruk av robotteknologi er en voksende trend innenfor rengjøring. I 2017 lanserte Lilleborg en høyteknologisk vaskerobot beregnet for det profesjonelle markedet. Vaskeroboten Intellibot rengjør opptil tusen kvadratmeter i timen, den renser vannet underveis og går i opptil fire timer før den må lades. Roboten, som er utstyrt med touchskjerm, sender en melding til eierens nettbrett eller mobil når rengjøringsjobben er gjort. For rengjøringsbyråer betyr dette mer effektiv drift samtidig som rengjøringen blir mer bærekraftig ved at forbruket av vann, vaskemidler og kjemikalier reduseres.



Miljømerkede produkter

Orkla Care har rundt 300 produkter med Svanemerket:

- Pierre Robert Wool Collection – 132 klesplagg
- Lilleborg – 90 produkter
- Orkla Home & Personal Care – 77 produkter

Svanemerket er et offisielt nordisk miljømerke med kriterier for miljø og klima gjennom hele livssyklusen.



04 Bærekraftige innkjøp

Samarbeid for bærekraftige råvarer

I Orkla er vi opptatt av at råvarene vi bruker i produktene er bærekraftig produsert. Vi ønsker å bruke innflytelsen vår til å skape positiv endring sammen med leverandørene våre.



Det store bildet

Klimaendringene øker i omfang og fører til mer ekstremvær stadig flere steder i verden. Sammen med befolkningsvekst skaper det økt press på naturressursene og påvirker prisen på og tilgangen til viktige råvarer som inngår i mange forbrukerprodukter. Ved produksjon av enkelte råvarer kan det også forekomme store sosiale og miljømessige utfordringer. Stadig flere er opptatt av å bruke sin forbrukermakt og velger produkter som er produsert med omtanke for mennesker, dyr og miljø.

Vår påvirkning

For oss i Orkla er det viktig at råvarene vi bruker, er bærekraftig produsert. Orkla kjøper årlig inn råvarer for nærmere 25 mrd. kroner. Matproduksjonen vår gjør oss til en av de største innkjøperne av jordbruks- og fiskeråvarer i Norden. Gjennom å samarbeide nært med lokale bondegårder som dyrker poteter, agurker, rødbeter og andre grønnsaker, kan vi bidra til et bærekraftig jordbruk. Samtidig møter vi forbrukernes etterpørsel etter matvarer basert på lokale råvarer. Rundt 60 % av Orklas samlede innkjøp kommer fra lokale leverandører i markedene der vi har virksomhet.

Enkelte råvarer Orkla kjøper, kan være forbundet med sosiale og miljømessige utfordringer. Potensielle risikoråvarer er vegetabiliske oljer, marine råvarer, kakao, nøtter og frø, frukt, bær og grønnsaker, animalske råvarer, tilsetningsstoffer og emballasje. Ved å stille tydelige krav og samarbeide tett med leverandørene jobber Orkla for å løse utfordringer i verdikjeden og bidra til å etablere god bransjepraksis for bærekraftige innkjøp.



8000 tonn svenske agurker til Felix og Önos

Agurk er en viktig råvare for Orkla Foods Sverige. Hver sommer høstes rundt 8000 tonn agurker på svenske bondegårder i Skåne, Blekinge og Öland. Bøndene er IP-sertifisert, og minimerer bruken av energi, sprøytemidler og kunstgjødsel. Hver agurkplante gir innhold til syv glass med agurker. Agurkene tilberedes på ulike måter ved Orkla Food Sveriges fabrikk i Eslöv, som har hatt tradisjon for dette siden 1930-årene. Der blir de til nærmere 80 ulike matvarer under merkene Felix og Önos. Den nordiske kostholdsundersøkelsen Orkla Matbarometer viser at så mange som 90 % av de svenske forbrukerne er opptatt av at produktet de kjøper, er produsert lokalt.

Hovedmål frem mot 2020

Orkla satte i 2014 følgende mål for arbeidet med bærekraftige innkjøp frem til 2020:



Alle leverandører skal etterleve Orklas etiske leverandørkrav



Viktige jordbruksprodukter, animalske produkter, marine råvarer og emballasje skal være bærekraftig produsert



Vi skal bidra til langsiktig forbedring av levevilkårene for 10 000 bønder

I 2017 har vi satt nye mål for arbeidet i leverandørkjeden frem til 2025. Vi inkluderer flere råvarer og styrker innsatsen for å øke materialgjenvinningen fra emballasje. Arbeidet med bærekraftige innkjøp støtter opp under FNs bærekraftsmål SDG 2, SDG 8, SDG 14, SDG 15 og SDG 17

Orklas bærekraftsløfte

«Levere produkter med bærekraftige råmaterialer.»

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

Vår tilnærming

Orkla har rutiner for ansvarlige innkjøp for å sikre at produksjonen i alle deler av verdikjeden skjer i tråd med internasjonalt anerkjente krav til menneskerettigheter, arbeidsforhold, miljø og antikorrupsjon. Vi krever at leverandørene våre følger Orklas etiske leverandørkrav og følger opp sine underleverandører. Orkla gjør en årlig risikoscreening av alle viktige, direkte leverandører ved hjelp av et egenutviklet verktøy som omfatter kriterier knyttet til arbeidsforhold, miljø og antikorrupsjon. Risikoleverandører vurderes mer inngående basert på en standardisert metode utviklet av organisasjonen Sedex. Orkla legger vekt på god dialog med leverandørene for å fremme god praksis og kontinuerlig forbedring.

Arbeidet med bærekraftige råvarer drives av tverrfaglige råvare-team som i samarbeid med selskapene gjennomfører kontroll- og utviklingstiltak tilpasset utfordringene som er

forbundet med hver enkelt råvare. Orkla støtter flere sertifiseringsordninger og deltar aktivt i bransjeinitiativ der både selskaper, myndigheter og ekspertorganisasjoner er involvert. Blant aktørene Orkla samarbeider med, er Initiativ for etisk handel, AIM-Progress, Sedex og Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO).

Ansaret for å drive arbeidet med ansvarlige innkjøp ligger hos Orklas sentrale innkjøpsavdeling i nært samarbeid med selskapene. Arbeidet evalueres regelmessig av en styringsgruppe som består av lederne for de relevante fagfunksjonene i Orkla. I 2017 er det utarbeidet nye langsiktige mål for arbeidet som er vedtatt i Orklas konsernledelse.

Utviklingen i 2017

Leverandøroppfølging

Orkla har god fremdrift i arbeidet med å følge opp leverandører for å sikre trygge og ansvarlig produserte råvarer. Med et stort antall leverandører er det avgjørende å prioritere oppfølging av de mest risikoutsatte leverandørene og råvarekjedene. Gjennom oppfølgingen ble det i 2017 avdekket mindre avvik knyttet til helse, sikkerhet, arbeidstid og kompensasjon. Leverandørene som fikk påvist avvik, utarbeider forbedringsplaner. Pierre Robert Group har deltatt i et pilotprosjekt i regi av Initiativ for etisk handel der de har testet et nytt opplæringsprogram i samarbeid med en av sine kinesiske leverandører. Gjennom prosjektet har 110 ansatte hos leverandøren som produserer GOTS-sertifisert økologisk dameundertøy fått opplæring i viktige arbeidstakerrettigheter.

Bærekraftige råvarer

I samarbeid med leverandører og eksterne ekspertmiljøer har vi i 2017 tatt nye steg på vei mot målet om bærekraftig råvareproduksjon. Orkla har valgt UTZ som sertifiseringsordning for kakao, og andelen sertifiserte råvarer øker. Vi har inngått et nærmere samarbeid med en av våre største kakaoleverandører for å bidra til forbedring hos småbønder i Elfenbenskysten. Programmet starter i 2018. Arbeidet med å erstatte palmeolje med sunnere alternativer har fortsatt. Blant annet har Orkla Health i 2017 gjort alle barene de produserer, helt fri for palmeolje som ingrediens. Arbeidet med leverandøroppfølging og RSPO-sertifisering har også fortsatt. Orkla har i 2017 gjennomført en kartlegging av status for utfordringene i vår leverandørkjede for palmeolje. Kartleggingen viser at leverandørene våre gjennomfører effektive tiltak for å redusere risikoen for avskoging, men at det fremdeles finnes betydelige sosiale og miljørelaterte utfordringer. Initiativ for etisk handel har etablert et samarbeidsprosjekt for å bedre arbeidsforholdene i leverandørkjeden for cashewnøtter. Orkla deltar i prosjektet, som har en varighet på tre år. Vi har også hatt dialog med dyrevelferds- og landbruksorganisasjoner for å utvikle en dyrevelferdspolicy for konsernet.

Veien videre

Arbeidet for å fremme en bærekraftig produksjon av råvarer vil fortsette. Orkla vil utvikle prinsipper for bærekraftig jordbruksproduksjon og en plan for et langsiktig forbedringsarbeid for utvalgte jordbruksråvarer. Orklas nye policy for dyrevelferd omfatter innkjøp av egg, meieriråvarer og kjøtt, vil bli implementert i 2018.



Forbedring av levevilkårene for bønder

MTR Foods har gjennom flere år engasjert seg for å fremme produksjonen av ren melk og bedre vilkårene for fattige indiske melkebønder. Gjennom kampanjen Clean Milk, Healthy Cows delte MTR Foods ut 5-liters melkespann i rustfritt stål til 3 000 indiske melkebønder i 2017. Kampanjen skjer i samarbeid med Karnataka Milk Federation.



Bærekraftig vegansk mat

Med veganmerket Anamma gjør Orkla Foods Sverige det enklere for forbrukerne å ta klimasmarte valg. Flesteparten av produktene er soyabaserte og laget av bønner dyrket i Europa og Nord-Amerika. Anamma samarbeider nært med sine leverandører og bruker bare sertifiserte soyaingredienser i produktene sine. Produktemballasjen er i stor grad biobasert plast laget av sukker-rør. I 2017 gjennomførte Orkla Foods Sverige en analyse der de sammenlignet klimapåvirkningen fra vegansk farse med farse fra oksekjøtt gjennom hele verdikjeden; fra dyrking, transport og produksjon, til endelig produkt. Resultatet viste at klimapåvirkningen fra Anammas vegofärs var ca. 90 % lavere enn fra kjøttfarse, og brukes til å fremme bevissthet om miljøgevinstene ved vegansk mat overfor selskapets kunder.

Forvaltning av en blå planet

I Orkla har vi over lang tid engasjert oss i initiativ for å verne om havmiljøet og bidra til bærekraftig fiske.

Vi er opptatt av at fisken vi bruker i produktene våre er sunn og smakfull. Derfor samarbeider Orkla med globale miljøordninger for å sikre bærekraftig fiske som er bedre for både fisken og miljøet. Flere av Orklas selskaper er også engasjert i ulike samarbeid som jobber for et sunt og rent havmiljø.

Utvikling i 2017

Orkla har som mål å kunne dokumentere bærekraftig fiske for alle fiskeråvarer innen 2020, og mer enn 90 % av alle fiskeråvarene til Orkla Foods er MSC-merket. Orkla Foods Sverige kjøper bare MSC-sertifisert tunfisk og har etablert et system for å spore Abba tunfisk tilbake til fiskebåt. Ved hjelp av en kode som er trykket på emballasjen, kan forbrukeren enkelt følge tunfiskens reise helt tilbake til kapteinen på fiskebåten som fanget den. I 2017 har Orkla Health startet et langsiktig arbeid for å oppnå MSC-sertifisering av tran. Andre eksempler er Hamé, som benytter MSC-sertifisert torskelever og fiskeråvarer fra leverandører som er tilknyttet International Seafood Foundation. Orkla Foods' andel marine råvarer fra MSC-sertifisert fiskeri har økt fra 81 % i 2016 til 92 % i 2017.



Möller's tran fra bærekraftig torsk

I tillegg til de dokumenterte helseeffektene omega-3 gir, har Möller's tran forpliktet seg til å levere noen av de sunneste og beste råvarene havet har å by på. Möller's tran lages av fersk lever fra fisketypen arktisk torsk, også kalt skrei, som er en bærekraftig torskebestand. Torsken fiskes utenfor Lofoten og Vesterålen. I 2017 har Orkla Health, som står bak merkevaren, besluttet å gå over til MSC-sertifiserte råvarer. Det betyr at Möller's tran bare produseres fra bærekraftig fiske som er strengt regulert for å bevare fiskebestanden. Orkla Health vil i 2018 utrede muligheten for å bruke en internasjonal bærekraftsstandard som MSC eller Friend Of The Sea også for fiskeoljekapsler.



Forsker på fremtidens emballasje

Orkla har i 2017 engasjert seg i forskningsprosjektet Future Pack. Prosjektet skal utvikle ny kompetanse og teknologi for å gjøre fremtidens plastemballasje mer miljøvennlig, med en høyere andel biobasert og gjenvunnet plast. I tillegg ser prosjektet på resirkulering av produkter. Ved å delta i Future Pack ønsker vi i Orkla å bygge kompetanse på hvordan vi kan gjøre oss mindre avhengige av plast fremover og flytte plasten inn i en sirkulærøkonomi. Prosjektet har et tidsperspektiv på fire år og finansieres av Forskningsrådet og deltagende bedrifter. Det er etablert på initiativ fra Grønt Punkt og ledes av Norner Research AS.

Mindre plast i havet

Forsøpling av havene er et av verdens raskest voksende miljøproblem, og det er i dag mer enn 150 millioner tonn plast i havet.

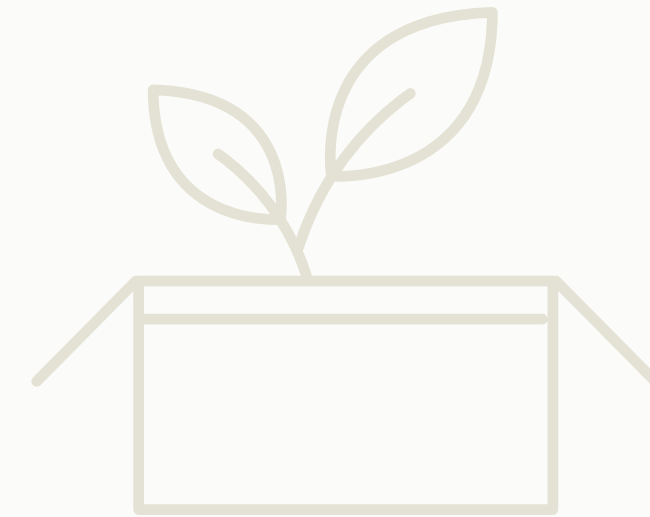
Fortsetter utviklingen vil det i 2050 være mer plast enn fisk i havet. Derfor er det viktig å finne løsninger for å hindre at mer plast finner veien til havet, og samtidig fjerne den eksisterende plastforurensningen. Orkla ønsker å bli en del av løsningen. Selv om vi bare er én del av verdikjeden, er vi opptatt av å forstå hele verdikjeden og hvordan vi best kan bidra til at emballasje fra våre produkter ikke ender som søppel i naturen.

Utvikling i 2017

Orkla har satt tydelige mål for å unngå mikroplast fra produkter og bekjempe forurensning av havet. I 2017 har Orkla Home & Personal Care engasjert seg i det norske innovasjonsprogrammet Floke, der næringsliv, forskningsinstitusjoner, miljøorganisasjoner og NGOs samarbeider for å skape løsninger for et renere hav. Pierre Robert Group og Lilleborg deltar i et forskningsprosjekt som er ledet av SINTEF, og som dreier seg om å forstå miljøeffektene av mikroplastfibre i havet og kunne ta gode miljøvalg. Orkla Foods Sverige har gjennom flere år samarbeidet nært med Håll Sverige Rent. Orkla har også engasjert seg i arbeidet mot marin forsøpling i Norge og ble i 2017 medlem av Hold Norge Rent.

Emballasje med redusert miljøfotavtrykk

Et av Orklas bærekraftsmål er å utvikle mer miljøvennlig emballasje og produkter som etterlater et mindre miljøfotavtrykk. Her er noen eksempler på lanseringer i 2017:



40 % mindre klimapåvirkning

Felix Asia Bowls med klimasmart emballasje. Skålene er laget av et nytt materiale med ca. 70 % gjenvunnet plast.



100 % komposterbar engangsklut

Jordan Easy Wipes er fremstilt av 100 % cellulose og er et rent naturprodukt. Materialet i engangsklutene er komposterbart og kan kastes i matavfallet etter bruk.

Mindre plast

Konsentrerte tøyvaskemidler og rengjøringsmidler i mindre flasker reduserer plastforbruket betydelig og gir redusert CO2-utslipp fra transport.



Mindre plastproduksjon

Hele 85 % av de svenske drikkeflaskene fra bestselgerne FUN Light og BOB panters.



Refill gir 80 % mindre plast

Dusjrefill – her med Dr. Greve som eksempel – er et godt miljøalternativ som gir 80 % mindre plast enn den originale dusjgelé-flasken.



60 % fornybar plast

FELIX Veggie Morotsbullar er laget med svenske gulrøtter og er helt fri for tilsetningsstoffer. Emballasjen er laget av 60 % fornybar plast.

Gjør det enklere å ta bærekraftige valg

Pierre Robert Group har i 2017 introdusert Svanemerket ull og GOTS-sertifisert økologisk bomullsundertøy til barn i dagligvarehandelen.

Svanemerket favoritt

Pierre Roberts fargerike ulltøy til barn er mange barnefamiliers favoritt. I 2017 ble det populære ullundertøyet svanemerket. Merkeordningen stiller strenge krav til hele produksjonsprosessen, fra sauene som produserer ull, til bærekraftig emballasje, samt at plaggene varer lenge og er trygge å bruke mot huden. Svanemerket er både en velkjent og pålitelig sertifisering og er en anerkjent produktmerking som gjør det lettere for norske familier å gjøre et mer bærekraftig valg i en travel hverdag. Pierre Robert er første produsenten med Svanemerket ull i norsk dagligvarehandel.

Økologisk bomullsundertøy

Pierre Robert har i 2017 gått fra konvensjonell bomull til GOTS-sertifisert økologisk bomull på hele sin undertøyskolleksjon til barn. GOTS-sertifisert bomull krever mindre vann enn konvensjonell bomull, og produseres uten sprøytemidler, farlige kjemikalier eller utslipp. Sertifiseringsordningen stiller omfattende miljø- og sosiale krav, for å ivareta gode og verdige arbeidsforhold for de som lager klærne og skåne miljøet på beste måte gjennom hele verdikjeden. Det betyr at



Pierre Robert gjennom GOTS-ordningen har jobbet med bærekraft i alle ledd av produksjonsprosessen, og at alle leddene i verdikjeden av Pierre Roberts bomullsundertøy til barn nå er GOTS-sertifiserte. Kolleksjonen kommer i morsomme farger og design som barn liker. Pierre Robert har, i tillegg, fra 2016 produsert dame Boxer og Highwaist i GOTS sertifiserte økologiske bomull.

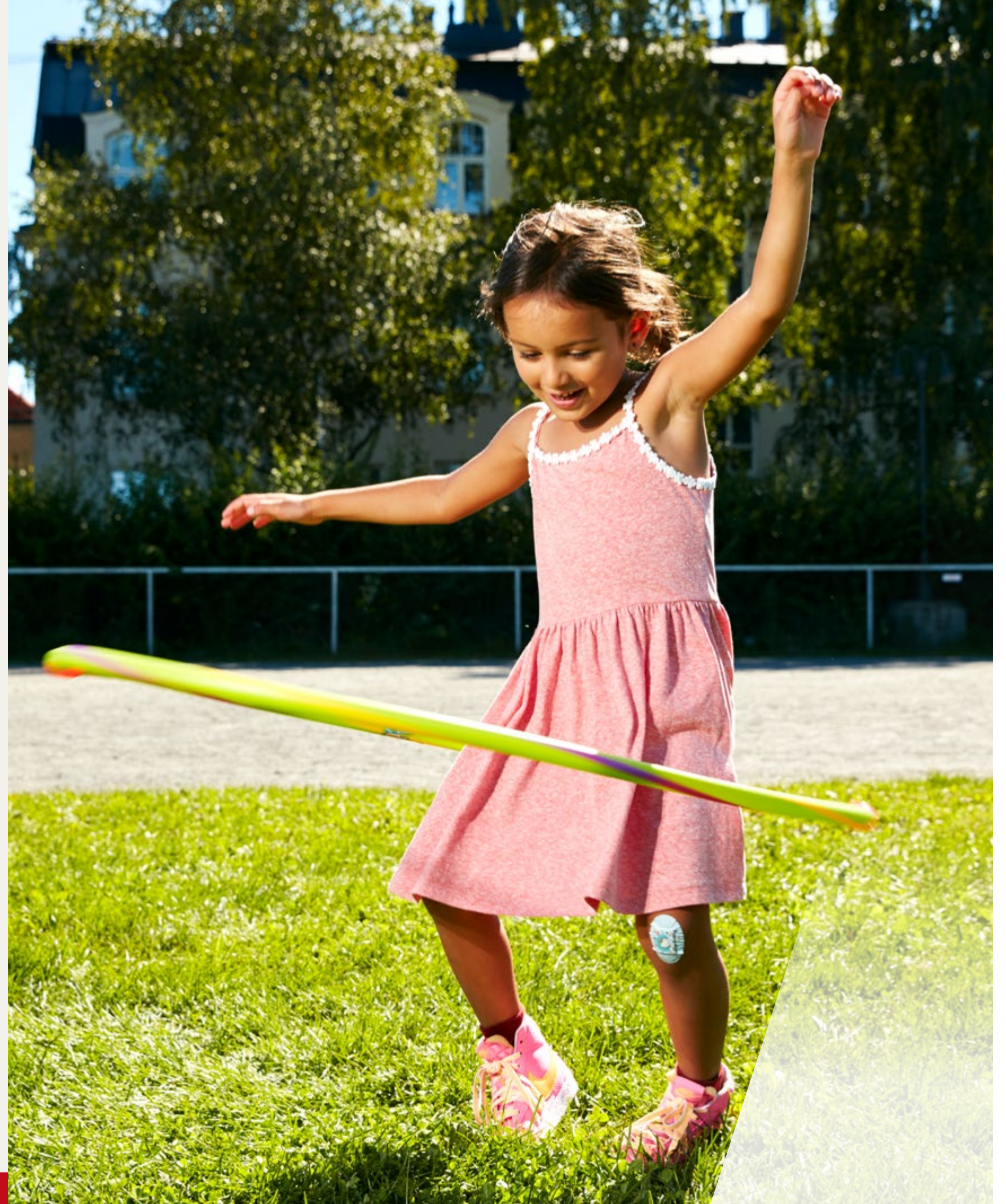
GRI-ref.		Enhet	2017	2016	2015
Ansvarlige innkjøpsrutiner					
G4-EN32	Andel nye leverandører ¹ vurdert mht miljørisiko	%	100	100	100
G4-EN33	Antall leverandører ¹ vurdert mht miljø gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	373	275	259
G4-EN33	Antall leverandører ¹ hvor miljøavvik er identifisert	Antall	8	7	11
G4-EN33	Andel miljørelaterte avvik som er utbedret	%	55	33	74
G4-LA14	Andel nye leverandører ¹ vurdert med henhold til arbeidsforhold	%	100	100	100
G4-LA15	Antall leverandører ¹ vurdert mht arbeidsforhold gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	67	39	38
G4-LA15	Antall leverandører ¹ hvor avvik knyttet til arbeidsforhold er identifisert	Antall	35	23	23
G4-LA15	Andel avvik knyttet til arbeidsforhold som er utbedret	%	26	38	60
G4-HR10	Andel nye leverandører ¹ vurdert med henhold til menneskerettigheter	%	100	100	100
G4-HR11	Antall leverandører ¹ vurdert mht menneskerettigheter gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	67	39	38
G4-HR11	Antall leverandører hvor avvik knyttet til menneskerettigheter er identifisert	Antall	7	4	3
G4-HR11	Andel avvik relatert til menneskerettigheter som er utbedret	%	0	75	0
G4-EC9	Andel innkjøp fra lokale leverandører ²	%	63	61	64
Bærekraftige råvarer					
G4-EN1	Forbruk råmaterialer	Tonn	1 044 500	977 250	928 800
	Andel sertifisert kakao av totalt innkjøpt (UTZ Certified MB eller Fairtrade)	%	67	59	42
	Andel sertifiserte marine råvarer av totalt innkjøpt for Orkla Foods (MSC eller ASC)	%	92	81	75
	Andel sertifisert palmeolje og palmekjerneolje av totalt innkjøpt	%	42	42	-
	- RSPO SG	%	26	26	-
	- RSPO MB	%	12	10	-
	- RSPO Credits ³	%	4	6	-
	Andel tekstilprodukter med Svanemerket	%	11	0	0
	Andel økologisk sertifisert bomull av totalt innkjøpt (GOTS)	%	28	10	0
	Andel verifisert mulesing-fri merinoull av totalt innkjøpt	%	100	100	100
Bærekraftig emballasje*					
G4-EN1	Emballasjeforbruk	Tonn	136 590	99 000	92 000
G4-EN1	Andel emballasje fra fornybare materialer	%	35	46	-
G4-EN2	Andel resirkulert emballasje	%	70	53	-
	Andel resirkulerbar emballasje	%	90	-	-

¹Andel av viktige leverandører. Viktig defineres som faste leverandører der Orklas årlige innkjøp overstiger NOK 500.000. Dette omfattet i 2017 ca 3 000 leverandører ²Lokal leverandør defineres som leverandører i de landene der Orkla har egen produksjon ³For 2016 Green Palm Certificates * Tallene for 2017 inkluderer flere nylig oppkjøpte virksomheter som ikke tidligere er omfattet av rapporteringen. Metoden for innhenting av data er også forbedret i 2017.

05 Miljøengasjement

Et sterkt engasjement for miljøet

Klimaendringene er en av vår tids største utfordringer. Orkla ønsker å bidra og har i 2017 økt ambisjonene gjennom flere nye klimatiltak.



Det store bildet

Klimaendringene er uten tvil vår tids største miljøutfordring. Endringene vi opplever, påvirker befolkningens livsgrunnlag og verdens matproduksjon. Med FNs bærekraftsmål og Paris-avtalen er ambisjonsnivået for det globale klimaarbeidet hevet betydelig. Samtidig øker bevisstheten rundt bærekraftig forbruk, og mange etterspør produkter som representerer gode miljøvalg. Temaer som emballasje, plastavfall og matsvinn engasjerer bredt. Det forventes i større grad at selskaper og produkter kan dokumentere sitt klimafotavtrykk.

Vår påvirkning

Produksjon og forbruk av mat står for en fjerdedel av klimagassutslippene. Orkla jobber derfor aktivt for å minimere miljøpåvirkningen i alle ledd av verdikjeden. Klimagassutslippene fra Orklas egen matvareproduksjon er begrenset, og energiforbruket går i hovedsak til strøm og varme i fabrikkene. Den største miljøpåvirkningen kommer fra produksjon av råvarer. Ved å bedre råvareutnyttelsen og hindre matsvinn kan Orkla bidra. Vi er også opptatt av å redusere miljøpåvirkningen til merkevarene våre gjennom gode valg av emballasje, råvarer og produktdesign. Å lansere produkter som gjør det enklere for forbrukerne å ta gode miljøvalg, blir stadig viktigere for Orkla fremover.

—

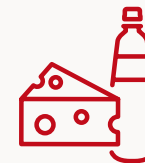
Å lansere produkter som gjør det enklere for forbrukerne å ta gode miljøvalg, blir stadig viktigere for Orkla fremover.

Hovedmål frem mot 2020

Orkla satte i 2014 følgende mål for miljøarbeidet frem til 2020:



Redusere klimagassutslipp, energi- og vannforbruk med 20 %



Utvikle mer miljøvennlig emballasje og produkter med redusert miljøfotavtrykk



Redusere matavfall med 30 %



Null produksjonsavfall til deponi



Mer effektive logistikk løsninger

I 2017 har vi satt nye mål for miljøarbeidet frem til 2025. Orkla skal i denne perioden gjennomføre overgangen til lav-karbonvirksomhet gjennom produktinnovasjon, investering i fornybar energi og reduksjon av energi, vann og avfall. Orklas miljøarbeid støtter FNs globale bærekraftsmål SDG 12, SDG 13 og SDG 17.

Orklas bærekraftsløfte

«Innovere for å redde miljøet»

Bærekraftsmål frem mot 2025

Overgang til lavkarbonvirksomhet

- redusere klimagassutslipp med 60 %*
- redusere energi- og vannforbruk med 30 %*
- sikte mot fossilfri energi
- halvere matavfallet*
- tenke nytt om produkter og prosesser

*Gjelder egen virksomhet. Basisår 2014

Vår tilnærming

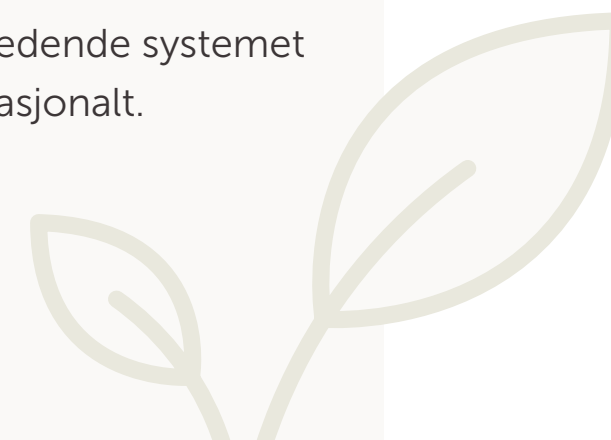
Orkla har en felles standard med retningslinjer for helse, miljø og sikkerhet (HMS). Den gjelder for alle forretningsområder og selskaper, og de ansatte får opplæring i den. Bevissthet og engasjement blant egne medarbeidere er en viktig forutsetning for å lykkes med miljøtiltak. Miljøarbeidet knyttet til innkjøp, logistikk og produksjon drives av Orkla Operations sentralt, i nært samarbeid med fabrikkene. Arbeidet for å redusere miljøpåvirkningen gjennom produktutvikling og forbrukerpåvirkning er organisert i selskapene. Alle selskapene har utarbeidet tiltaksplaner for å nå miljømålene. Nøkkelindikatorer for miljø (energiforbruk, vannforbruk og avfall) følges jevnlig opp av ledelsen på alle nivåer. Orklas sentrale HMS-funksjon gjennomfører regelmessige interne revisjoner og evalueringer av

virksomhetenes systemer og rutiner. Fremdriften i HMS-arbeidet rapporteres regelmessig til Orklas konsernledelse og styre. Orkla utarbeider et årlig miljøregnskap som viser endringene i selskapenes påvirkning, og har siden 2008 rapportert miljøinformasjon til investorinitiativet CDP.



Scorer høyt på klimaledelse

I den årlige rapporteringen som legges frem av investorinitiativet CDP, rangeres Orkla i 2017 blant de ti prosent beste selskapene i verden innenfor klimaledelse. Orkla har en positiv utvikling og får scoren A-. I vurderingen er det blant annet lagt vekt på selskapenes evne til å redusere klimagassutslipp, sette meningsfylte mål og følge opp fremdrift. «Dette utmerkede resultatet viser at Orkla ASA har gjennomført en rekke klimaledelsestiltak, både i og utenfor egen virksomhet», skriver CDP i sin analyse. Orkla har siden 2008 rapportert miljøinformasjon til investorinitiativet CDP, som har utviklet seg til å bli det ledende systemet for klima- og miljørapportering internasjonalt. Mer enn 800 institusjonelle investorer står bak CDP.



Klimapåvirkning

Orkla har i 2017 besluttet å sette Science-Based Targets for reduksjon i klimagassutslipp. Med dette vil vi ta vår andel av de klimagass-reduksjonene som er nødvendige for å begrense den globale oppvarmingen til maksimalt 2 °C ved slutten av århundret.

Orklas direkte klimagassutslipp har økt i 2017. Dette skyldes høy aktivitet og oppkjøp av en rekke fabrikker, blant annet i Tsjekkia, Latvia og Kina. Ser man bort fra oppkjøp, ville utslippene vært på samme nivå som i 2016. I 2017 har vi satt nye ambisiøse mål om å redusere klimagassutslippene med 60 % innen 2025. Som et viktig tiltak for å nå målet kjøper vi opprinnelsesgarantier for fornybar strøm for all elektrisitet som brukes ved Orklas europeiske virksomheter. Opprinnelsesgarantiene er knyttet opp mot Hydro Power, som er Orklas egen vannkraftvirksomhet, og ga allerede i 2017 en betydelig reduksjon i Orklas indirekte klimagassutslipp fra egen virksomhet.

For å spre beste praksis for energieffektivisering utarbeidet Orkla i 2015 et sentralt energiinitiativ som en del av programmet «Improved Resource and Energy Efficiency». Programmet har bidratt til at stadig flere effektiviseringsprosjekter gjennomføres innenfor alle forretningsområdene. Som en del av de kontinuerlige forbedringsaktivitetene har flere av fabrikkene i 2017 gjennomført ulike typer prosessforbedringer som har

gitt energireduksjon. I tillegg er det gjort enkelte investeringer i nytt og mer energieffektivt produksjonsutstyr. At stadig flere selskaper har gått over til LED-belysning, har bidratt til en betydelig reduksjon i energiforbruket i 2017. Enkelte selskaper har også redusert energiforbruket som følge av at produksjonen er flyttet til andre fabrikker. I sum er energiforbruket redusert med 7,5 % siden 2014*.

De fleste av Orklas virksomheter er lokalisert i områder med lav til middels risiko for vannmangel, men endringer i værissituasjonen kan øke risikoen fremover. Det er i 2017 gjennomført flere miljøinitiativ for å redusere vannforbruket. Flere selskaper har rapportert om tiltak som opplæring av egne ansatte, prosessforbedringer i fabrikk eller investeringer i rensing og resirkulering av vann.

Veien videre

Orkla vil forsterke klimasatsingen i 2018, blant annet gjennom å utvikle en tiltaksplan for klimagassreduksjon som skal godkjennes av Science Based Targets-initiativet. Ved å søke om medlemskap i RE100-initiativet vil Orkla bidra til å fremme bruken av fornybar energi.

*Justert for nylig oppkjøpte virksomheter og økning i omsetning

Orkla målsetter å redusere klimagassutslippene med 60 % innen 2025

Mindre matsvinn gjennom effektiv ressursutnyttelse

Orkla jobber kontinuerlig med å redusere matsvinn og øke produksjonsutbyttet og har hatt en positiv utvikling i dette arbeidet i 2017. Enkelte av selskapene har også engasjert seg i eksterne samarbeidsprosjekter for å finne felles løsninger for å redusere matavfall.

Rundt en tredjedel av all mat som produseres, blir ikke spist, og matsvinn er et av de store bidragene til verdens miljøutfordringer. I Orkla er vi opptatt av å spare miljøet, utnytte ressursene best mulig og unngå at gode produkter blir kastet. Derfor har vi jobbet med matsvinn gjennom mange år, og flere sentrale initiativ og programmer er iverksatt for å øke produksjonsutbyttet og redusere matsvinnet i egen produksjon. Orkla har utarbeidet en egen modell for arbeidet med avfallsreduksjon. I 2017 er denne testet i et pilotprosjekt for fabrikker med poteter som råvare i Orkla Confectionery & Snacks og Orkla Foods. Erfaringene fra pilotprosjektet er gode, og Orkla vil i 2018 etablere nye arbeidsgrupper for felles læring og forbedringsarbeid knyttet til avfall. I sum har tiltakene som er gjennomført, bidratt til en reduksjon i organisk avfall på 13 % siden 2014.

Samarbeid for mindre matavfall

Orkla Foods Sverige er blant selskapene som har engasjert seg aktivt i flere samarbeidsinitiativ for å redusere matsvinn i hele

verdikjeden. Gjennom deltakelse i bransjeinitiativet Hållbar Livsmedelskedja jobber Orkla Foods Sverige for bærekraftig produksjon og forbruk av næringsmidler, med matsvinn som et viktig tema. Selskapet har gjennomført kampanjer med filmer og oppskriftstips rettet mot kokker for å øke deres bevissthet rundt matavfall.

Gir bort overskuddsmat

For å unngå at gode produkter blir kastet, gir Orkla Foods Sverige overskuddsmat til Stadsmissionen dagligvarebutikk. Her kan vanskeligstilte kjøpe varer som snart går ut på dato, til redusert pris. I Norge samarbeider Orkla med Matsentralen, slik at selskapene kan gi overskuddsmat til dem som trenger det. I 2017 delte Matsentralen ut mat fra Orkla tilsvarende ca. 350 000 måltider.

Veien videre

Orkla vil fortsette innsatsen for å redusere matavfallet i egen virksomhet og engasjere seg i samarbeidsinitiativ med kunder og andre aktører i bransjen.

Halvering av matsvinnet

Orkla signerte i 2017 en historisk samarbeidsavtale om matsvinn mellom norske myndighetene og en samlet matbransje. Målet med avtalen er at aktørene i fellesskap skal halvere matsvinnet i Norge innen 2030, i tråd med FNs bærekraftsmål. Avtalen, som er unik i verdenssammenheng, har vekket oppmerksomhet og interesse i Europa. Orklas ambisjoner går enda lenger. Vi har målsatt å oppnå en halvering av matsvinnet i alle våre selskaper allerede innen 2025.



Produkter med miljøgevinst

Orkla har i 2017 utviklet et verktøy for å måle klimafotavtrykket fra produkter. Mange av selskapene har lansert produkter med miljøsmart emballasje og andre nyheter som representerer gode miljøvalg.

Matvareproduksjon står for rundt 25 prosent av verdens klimagassutslipp. Orkla vil ta sin del av ansvaret for å redusere utslippene. Derfor har Orkla Foods i Sverige, Finland og Norge – i samarbeid med den svenske forskningsinstitusjonen RISE – utviklet et verktøy for å beregne klimafotavtrykket fra matvarer. Verktøyet skal være en støtte i arbeidet for å utvikle produkter med redusert klimapåvirkning og samtidig gi et underlag for å kommunisere produkters miljøfordeler. Medarbeidere har fått opplæring, og verktøyet er tatt i bruk av flere av Orklas selskaper.

Mange av selskapene har i 2017 lansert produkter med redusert miljøpåvirkning. Blant annet har Orkla Home and Personal Care lansert Klar, en serie produkter for rengjøring og tøyvask som representerer gode miljøvalg langs alle dimensjoner. Pierre Robert var først ut med Svanemerket ull i dagligvare. Selskapet har også lansert flere nye plagg, blant annet undertøy til barn, med GOTS-sertifisert bomull. GOTS står for Global Organic Textile Standard og er en internasjonal anerkjent



sertifiseringsordning for økologiske tekstiler. Jordan Easy Wipes er 100 prosent komposterbare. Svenske Grumme har en serie vaskemidler merket Bra Miljøval, og JIF Allrent har introdusert høykonsentrerte rengjøringsmidler som gir mindre plastemballasje. Felix Asia ferdigretter og Pauluns Supermeal, der skålene er laget av 70 prosent gjenvunnet plast, er gode eksempler på produkter med miljøsmart emballasje.

Veien videre

Arbeidet for å utvikle produkter med redusert miljøfotavtrykk vil ytterligere styrkes i 2018 gjennom intern kunnskapsdeling, deltagelse i eksterne utviklingsprogram og økt innsats i selskapene.



Klar for en grønnere hverdag

Klar er en serie med bærekraftige, velduftende rengjøringsprodukter med god effekt. Produktene i porteføljen inneholder nøye utvalgte ingredienser og er uten unødvendige kjemikalier. Et effektivt, smart og grønnere alternativ, helt enkelt. Flaskene består utelukkende av resirkulerbar plast. Det betyr at de er kildesortert av forbruker og deretter gjenvunnet. Produktene er produsert i Danmark med bruk av 100 % fornybar energi fra vindmøller. Serien er 100 % vegansk og svanemerket. Klar-serien ble lansert av Orkla Home & Personal Care høsten 2017 og er blitt godt mottatt i markedet.





Hjemmelaget er ikke alltid mest miljøvennlig

Det er ikke nødvendigvis en sammenheng mellom det å lage mat fra bunnen av og det å være miljøvennlig. Det viser en analyse Orkla har gjennomført i samarbeid med den svenske forskningsinstitusjonen RISE. Gjennom en livsløpsanalyse av TORO tomatsuppe sammenlignet vi miljøbelastningen fra produktet med hvor mye det belaster miljøet å lage tomatsuppe av hermetiske tomater. Analysen viser at tomatsuppen fra TORO gir rundt 80 % lavere klimabelastning. Med 6 millioner solgte suppeposer tilsvarer det en årlig reduksjon i CO₂-utslipp på rundt 600 tonn. Hovedårsaken til at TORO tomatsuppe er mer miljøvennlig, er at tomatene til suppen tørkes tett på der de dyrkes, slik at vi unngår å frakte store mengder vann.



Miljømerkede
produkter i tall:

300 Svanemerkede produkter

640 Sertifiserte økologiske produkter

480 Produkter med andre miljø-sertifiseringer



GRI-ref.		Enhet	2017	2016	2015
Klimapåvirkning*					
G4-EN15	Klimagassutslipp (GHG) scope 1	tCO ₂ e	123 570	93 640	104 570
G4-EN16	Indirekte klimagassutslipp (GHG) scope 2	tCO ₂ e	71 770	56 100	55 220
G4-EN16	Indirekte klimagassutslipp (GHG) scope 2 inkl. opprinnelsesgarantier	tCO ₂ e	18 530	121 980	130 240
G4-EN17	Estimerte klimagassutslipp fra råmaterialer (GHG) Scope 3	tCO ₂ e	**)	1 250 600	1 107 400
G4-EN18	Utslipp av GHG (S1+ S2) pr. årsverk	tCO ₂ e/årsverk	10,7	8,3	10,9
G4-EN18	Utslipp av GHG (S1+S2) pr. omsetning	tCO ₂ e/mill. NOK	4,9	4,0	4,8
G4-EN20	Utslipp av osonnedbrytende gasser fra kjølemedier (ODS)	Tonn	7 750	4 830	9 070

Effektiv ressursutnyttelse*

G4-EN3	Egenprodusert, fornybar energi solgt	GWh	2 760	2 490	2 250
G4-EN3	Energiforbruk totalt	GWh	1 073	917	868
G4-EN3	Energiforbruk- fossilt brensel	GWh	598	468	454
G4-EN3	Energiforbruk- innkjøpt	GWh	449	430	403
G4-EN3	Energiforbruk fra fornybare ressurser (Scope 1)	GWh	23	18	9
G4-EN5	Energiforbruk pr. årsverk	MWh/årsverk	56	49	56
G4-EN5	Energiforbruk pr. omsetning	MWh/mill. NOK	26	23	25
G4-EN8	Vannforbruk totalt	Mill. m ³	8,0	6,7	6,7
G4-EN8	Vannforbruk fra kommunale vannverk	Mill. m ³	4,9	4,1	4,1
G4-EN8	Vannforbruk fra grunnvann	Mill. m ³	3,2	2,4	2,3
G4-EN8	Vannforbruk fra oppsamlet regnvann	Mill. m ³	0,002	0,002	0,002
G4-EN10	Vann resirkulert	Mill. m ³	0,97	0,96	0,91
G4-EN10	Vann resirkulert	%	12,0	14,4	13,6

*Tallene for 2017 inkluderer flere nylig oppkjøpte virksomheter som ikke tidligere er omfattet av rapporteringen. I tillegg er det gjort justeringer på tall for 2015 og 2016 basert på oppdaterte tall fra selskapene.

**Tall vil bli rapportert i forbindelse med rapportering til CDP i juni 2018.

GRI-ref.		Enhet	2017	2016	2015
Utslipp*					
G4-EN21	Utslipp av svoveldioksid	Tonn	12	14	14
G4-EN21	Utslipp av nitrogenoksid	Tonn	98	84	81
G4-EN22	Utslipp av vann- intern behandling	Mill. m³	1,6	0,7	0,8
G4-EN22	Utslipp av vann- ekstern behandling	Mill. m³	3,8	2,9	2,9
G4-EN22	Utslipp av vann- direkte til omgivelsene	Mill. m³	2,0	2,2	2,1
G4-EN22	Utslipp til vann- BOF	Tonn	5 430	4 400	5 150
G4-EN22	Utslipp til vann- KOF	Tonn	6 050	3 360	4 380
G4-EN23	Organisk avfall ***	Tonn	81 800	95 590	92 780
G4-EN23	Ikke farlig avfall- sortert ***	Tonn	12 800	17 140	13 440
G4-EN23	Ikke farlig avfall- blandet ***	Tonn	11 660	12 060	10 620
G4-EN23	Farlig avfall	Tonn	260	230	180
G4-EN24	Alvorlige utslippshendelser	Antall	0	0	0
G4-EN29	Bøter og sanksjoner for brudd på miljøregelverk	Antall	0	0	0
G4-EN29	Bøter for brudd på miljøregelverk	Mill. NOK	0	0	0

*Tallene for 2017 inkluderer flere nylig oppkjøpte virksomheter som ikke tidligere er omfattet av rapporteringen. I tillegg er det gjort justeringer på tall for 2015 og 2016 basert på oppdaterte tall fra selskapene.

**Tall vil bli rapportert i forbindelse med rapportering til CDP i juni 2018.

***Tallene for 2015, 2016 og 2017 omfatter alle selskapene som er i Orkla i 2017.

06 Omtanke for mennesker og samfunn

Sterkt lokalt engasjement for bærekraft

Orkla ønsker å skape gode arbeidsplasser og bidra til å løse viktige samfunnsutfordringer i samspill med andre.



Det store bildet

Bærekraftsutfordringene, økende global konkurranse og teknologiske nyvinninger gir behov for omstilling og nytenkning rundt hvordan verdiskapingen skjer. Samtidig preges mange land av høy arbeidsledighet, økende økonomisk ulikhet og av at enkelte grupper faller utenfor arbeidslivet. Utfordringene understreker næringslivets viktige rolle i å skape nye arbeidsplasser, bidra til et inkluderende arbeidsliv, øke produktiviteten og respektere grunnleggende rettigheter. Samarbeid mellom næringslivet, myndighetene og andre viktige samfunnsaktører vil være avgjørende for å skape vekst som er bærekraftig i økonomisk, miljømessig og sosial forstand.

Vår påvirkning

Orkla er en stor arbeidsgiver med virksomhet i mange land. Det innebærer ansvar for å ivareta medarbeidernes helse og sikkerhet, og respektere viktige menneskerettigheter som ytringsfrihet, organisasjonsfrihet og retten til rettferdige arbeidsbetingelser. Samtidig kan Orkla bidra til å løse bærekraftsutfordringene knyttet til verdikjedene vi er en del av. Ved å utvikle gode arbeidsplasser og engasjere oss i forbedringsarbeid i de landene vi er tilstede, kan vi skape velferd og positive ringvirkninger for tusenvis av mennesker. Dette er dessuten viktig for å skape en sterk organisasjon og nå våre forretningsmål.

Orklas bærekraftsløfte

«Selv være den forandringen vi ønsker å se»

Hovedmål frem mot 2020

«Omtanke for mennesker og samfunn» omfatter temaene ansvarlig arbeidsgiver, arbeidsmiljø, helse og sikkerhet, integritet, interessentdialog og samfunnsengasjement. I 2017 satte vi ambisiøse mål for det langsiktige arbeidet med disse temaene. De viktigste målene frem til 2020 er:



40 % kvinnelige ledere



Sykefravær lavere enn 4 %



Ingen skader med fravær



Etablere felles tilnærming til interessentdialog i alle viktige markeder

Bærekraftsmål frem mot 2025

Skape et sterkt lokalt engasjement for bærekraft

- Være en ansvarlig arbeidsgiver
- Skape sunne arbeidsplasser med null skader
- Skape en kultur for integritet over alt
- Skape en positiv forskjell gjennom lokalt engasjement

Orklas tilnærming

Orklas «Ansvarlig arbeidsgiver- og menneskerettighetspolicy» beskriver de overordnede retningslinjene for hvordan vi skal skape gode arbeidsplasser, respektere viktige menneskerettigheter og fremme en kultur preget av åpenhet, respekt og omtanke. I tillegg har Orkla mer detaljerte interne krav og retningslinjer for flere av de temaene som policyen omfatter. I 2017 ble det utarbeidet nye, felles mål for arbeidet frem til 2025 som omfatter følgende temaer: Ansvarlig arbeidsgiver; arbeidsmiljø, helse og sikkerhet; integritet og interessentdialog og samfunnsengasjement. Målene og de interne policyene på dette området er vedtatt av Orklas Konsernledelse, og gjelder for alle forretningsområder og virksomheter. Arbeidet skal være forebyggende med vekt på prinsippene om føre-var og kontinuerlig forbedring.

Ansvar for å drive arbeidet ligger hos ledelsen i den enkelte forretningsenhet med støtte fra funksjonene for Human Resources (HR), Corporate Social Responsibility (CSR), HMS og juridisk. Orkla følger opp arbeidet i selskapene gjennom business area reviews og intern rapportering til konsernets CSR-funksjon, som årlig rapporterer om fremdriften til Orklas styre. Orklas konserndirektør for konsernfunksjoner og legal affairs har det overordnede ansvaret for at arbeidet med de fire temaene regelmessig evalueres og at de styrende dokumentene revideres ved behov.



Ansvarlig arbeidsgiver

Orkla styrket i 2017 innsatsen for å fremme respekt for grunnleggende rettigheter på arbeidsplassen.

Orklas «Ansvarlig arbeidsgiver- og menneskerettighetspolicy» ble revidert i perioden 2016-2017 gjennom en prosess der selskapenes ledelse og tillitsvalgte ble involvert. Kontaktpunktet for Ansvarlig Næringsliv og Redd Barna ga også innspill til arbeidet. Nye verktøy for veiledning, bevisstgjøring og risikovurdering er utviklet for å støtte implementeringen av policyen.

Orkla ønsker å være en attraktiv arbeidsgiver med gode arbeidsforhold og rettferdige og konkurransedyktige betingelser for alle ansatte, og benytter eksterne verktøy for benchmarking av lønn og betingelser. Selskapene gjennomfører en rekke aktiviteter for å fremme samarbeid og trivsel. I 2017 omfattet dette blant annet oppgradering av lokaler og overgang til aktivitetsbasert kontorlandskap i flere av selskapene, faglige samlinger, trimaktiviteter og trivselstiltak.

Orkla er opptatt av å fremme en åpen og konstruktiv dialog på arbeidsplassen, og har de siste årene forbedret de interne rutinene for håndtering og rapportering av klager og varslingsaker. Det har i 2017 vært i alt 14 saker knyttet til mulige brudd på arbeidstakerrettigheter, hvorav to saker gjaldt mulig diskriminering i forbindelse med lønnsfastsettelse eller ansettelse.



I seks av sakene ble det avdekket kritikkverdige forhold, og disse er fulgt opp gjennom relevante forbedringstiltak. Tre av sakene er ikke ferdig behandlet.

Veien videre

I 2018 fortsetter implementeringen av Orklas reviderte «Ansvarlig arbeidsgiver og menneskerettighetspolicy». I den forbindelse skal selskapene gjennomføre en risikokartlegging og utarbeide en plan for forbedringstiltak. Det vil bli gjennomført en felles medarbeiderundersøkelse for hele konsernet, og resultatene skal brukes til å identifisere forbedringstiltak og involvere medarbeiderne i utviklingen av virksomheten.

Medarbeiderutvikling, medvirkning og mangfold

Orkla har ytterligere styrket arbeidet med kompetanseheving og medvirkning i 2017, og andelen kvinnelige ledere har fortsatt å øke.

Orkla ønsker å bidra til gode muligheter for utvikling på alle nivåer og i alle land, og omfanget av kurs og annen opplæring har økt i perioden 2015-2017. Som en del av Orklas faglige akademier, har konsernet i 2017 utviklet nye kompetanseutviklingsprogram for medarbeidere i Human Resources (HR) og salg. Det er også gjennomført et internt sertifiseringsprogram for mellomledere og spesialistfunksjoner innenfor produksjon og logistikk, og et nytt utviklingsprogram for nye ledere er etablert for å gi en god introduksjon til Orklas verdier og lederprinsipper.

Arbeidet med kompetanseutvikling evalueres regelmessig av Orklas sentrale kompetansestyre. Orkla har i 2017 utarbeidet en strategi for kompetansearbeidet frem mot 2025. Det er også utviklet en ny portalløsning som vil gjøre det enklere å administrere, gjennomføre og følge opp kursaktivitetene på tvers av selskaper og land.

I perioden 2015-2016 utviklet Orkla en harmonisert prosess og felles IT-verktøy for evaluering og oppfølging av ledere og nøkkelmedarbeidere. Implementeringen av dette har fortsatt i

2017, og omfatter mer enn 6000 medarbeidere. I tillegg har selskapene egne rutiner for medarbeideroppfølging, og nær 40 % av selskapene har nådd målet om at alle ansatteskal ha regelmessige utviklingssamtaler. Det har likevel vært en reduksjon i andelen medarbeidere som deltok i formelle utviklingssamtaler. Dette skyldes at flere av de selskapene som er kommet inn i konsernet i denne perioden ikke har hatt slike rutiner på plass.

Mulighet til å påvirke egen arbeidshverdag

Gode formelle ordninger for dialog mellom ledelse og tillitsvalgte er viktig for å sikre samarbeid om forretningsstrategi og god behandling av saker som berører medarbeidernes interesser. I 2017 ble konsernavtalen, som regulerer samarbeidet mellom Orkla og de ansattes organisasjoner, forlenget for to nye år. I tillegg har flere av selskapene forbedret sine rutiner for medvirkning. Rundt 75 % av Orklas medarbeidere jobber i selskaper som har etablert formelle organ for samarbeid mellom ledelse og representanter for de ansatte. Orkla ønsker at alle selskapene i konsernet skal ha slike samarbeidsorgan, og har i 2017 utarbeidet tydeligere retningslinjer for dette. Med bakgrunn i Orklas ulike ordninger vurderes risikoen for brudd på retten til organisering og kollektive avtaler som lav. Hovedtemaet i dialogen mellom ledelse og tillitsvalgte i 2017 har vært omstillingsprosjektene som er omtalt på side 108.

Mål om jevn kjønnsfordeling

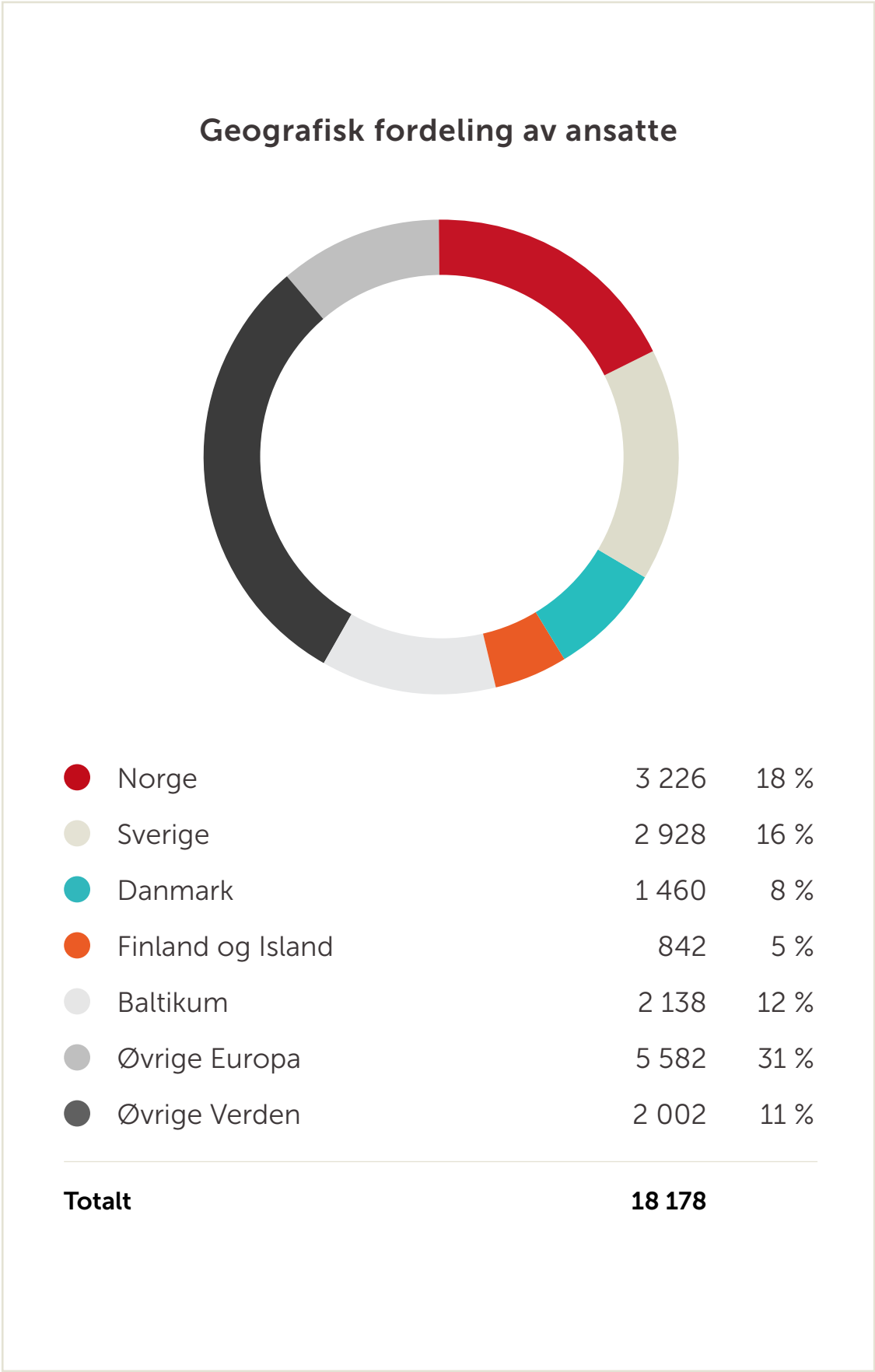
Orkla er opptatt av mangfold og like muligheter. I 2017 er det gjennomført opplæring eller andre forbedringstiltak i en rekke virksomheter. Ved lønnsfastsettelse legger Orkla vekt på

kompetanse, stillingens kompleksitet, jobbutførelse og konkurransedyktighet i markedet, uavhengig av kjønn, bakgrunn eller funksjonsevne. Rutinene for fastsettelse av kompensasjon på tvers av konsernets selskaper er harmonisert, og Orkla er i ferd med å implementere en felles database for registrering av lønnsinformasjon for alle ansatte som vil gjøre det enklere å avdekke uønskede forskjeller.

Det har vært en positiv utvikling i kvinneandelen blant ledere i Orkla de siste årene. Fremgangen skyldes høy bevissthet om betydningen av mangfold og likestilling ved rekruttering til ledergruppestillinger og at kvinneandelen i noen av selskapene som er kommet inn i konsernet de senere årene er høy. Orkla ønsker å ha en god kjønnsbalanse på alle nivåer i organisasjonen, og legger vekt på dette ved rekruttering og utvikling av medarbeidere. Tiltak som gjør det enklere å kombinere karriere og familieliv er en viktig faktor i likestillingsarbeidet. Konsernet praktiserer et krav om at minimum én kvinnelig kandidat skal nomineres ved rekruttering til ledergruppestillinger på selskaps- eller forretningsområdenivå. I 2017 har ti av Orklas kvinnelige ledere deltatt i «FiftyFifty», et nettverk etablert på initiativ fra det norske selskapet Storebrand for å identifisere effektive tiltak for å øke andelen kvinnelige ledere.

Veien videre

Arbeidet med å fremme medarbeiderutvikling, medvirkning og mangfold vil fortsette i 2018, med vekt på å sørge for at de selskapene som nylig har kommet inn i konsernet etablerer rutiner i tråd med konsernets retningslinjer. Det er også utarbeidet opplæringsmateriell for å øke kunnskapen om disse viktige temaene blant lederne i samtlige selskaper.



Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet

Orkla stiller samme krav til arbeidsmiljø, helse og sikkerhet i alle de landene der konsernet har virksomhet, og selskapene jobber systematisk for å forhindre skader og bidra til god helse hos medarbeiderne.

Et trygt og sunt arbeidsmiljø er en grunnleggende rettighet for alle arbeidstakere, og vesentlig for å sikre stabil og effektiv drift. Dette skal oppnås gjennom god styring av risiko, systematisk arbeid med å forebygge skader og arbeidsrelaterte sykdommer og involvering av alle ansatte i arbeidet med helse, miljø og sikkerhet (HMS). Orkla ønsker at samtlige selskaper etablerer prinsipper for helsefremmende arbeidsplasser, og at prinsippene er tilpasset forholdene i det enkelte land.

HMS-arbeidet i selskapene er basert på kravene og retningslinjene i Orklas HMS-standard. Det systematiske forbedringsarbeidet drives med vekt på å etablere høy kunnskap og bevissthet, gjennomføre forebyggende tiltak og sørge for effektiv rehabilitering. Risikoanalyse danner grunnlaget for å kunne etablere gode handlingsplaner, og alle selskapene har utarbeidet slike. De mest utbredte risiki på tvers av selskaper og land vurderes å være knyttet til ergonomi, bruk av maskiner, fall, lagring og håndtering av kjemikalier, psykososialt

arbeidsmiljø og mangelfull kunnskap om sikkerhetsrisiko og rutiner.

Systematisk opplæring og oppfølging

Orkla har i 2017 styrket den sentrale HMS-kompetansen og oppfølgingen av selskapene. Orkla følger opp fabrikkene gjennom HMS-revisjoner. Hensikten er å bidra til læring gjennom systematisk observasjon og tilbakemelding. I perioden 2015-2017 er det gjennomført slike revisjoner ved alle Orklas fabrikker. Alle nye selskaper som kommer inn i konsernet blir raskt introdusert til Orklas HMS-standard. Orkla har i 2017 gjennomført flere interne nettverkssamlinger for fagpersoner innenfor HMS. Samarbeid og erfaringsutveksling er en viktig del av forbedringsarbeidet, og medlemmene i nettverket bidrar til implementeringen av HMS-standard i egen virksomhet. I 2017 har nettverkene satt fokus på økt forståelse for risikoforhold i virksomhetene og trening i gjennomføring av risikoanalyser og bruk av Orklas verktøy. I 2017 er det gjennomført ca 30 000 timer organisert HMS-opplæring for om lag 9500 ansatte i regi av konsernet og selskapene.

HMS-arbeidet følges opp på selskaps- og forretningsområdenivå gjennom rapportering av status i ledergruppene samt i konsernledelsen og Orklas styre.

Helsefremmende arbeid

Det har vært en økning i sykefraværet i Orkla totalt i 2017 sammenliknet med året før, fra 4,3% i 2016 til 4,8 % i 2017*. Derimot er det store variasjoner både mellom land og selskaper. Selskapene jobber kontinuerlig med forbedringstiltak med vekt på fraværsoppfølging og forebyggende aktiviteter. I tillegg til den brede innsatsen knyttet til opplæring og forbedring av interne rutiner, har flere av selskapene i 2017 gjennomført spesielle initiativ for å fremme god helse. Synlig ledelse og oppfølging av medarbeidere er nødvendig for å oppnå resultater, og arbeidsmiljøundersøkelser er et verktøy for å identifisere viktige forbedringsområder. Sykefraværsarbeid krever langsiktighet. For de norske selskapene ble det startet et felles initiativ for bedre fraværsoppfølging i 2014 som har gitt positive resultater i årene etter. Tilsvarende initiativ ble startet for svenske virksomheter i 2016, med positiv effekt allerede i 2017.

Skader

Det har vært en økning i skader med fravær sammenliknet med 2016. Skadefrekvensen (H1) i 2017 var 5,7* sammenliknet med 5,4 i 2016. I 2017 har det vært få arbeidsuhell der medarbeidere er kommet alvorlig til skade. De fleste skadene er av mindre alvorlig karakter, som kutt, slag og klemskader. Alle sakene er fulgt opp i de respektive selskapene. Orkla har i 2017 fått bøter i tre selskaper fra lokale tilsynsmyndigheter pga. avvik på i alt 3,4 mill. NOK. Registrering og oppfølging av alle typer skader og uønskede hendelser er en viktig del av forbedringsarbeidet. Dette bidrar til økt forståelse for risiko og bevisstgjøring av organisasjonen.

Selv om antall arbeidsulykker i Orkla ikke er på et tilfredsstillende nivå, har mange selskaper hatt en positiv utvikling gjennom 2017. Mange av selskapene har ikke registrert noen skader med fravær i løpet av året. Selskapene har i 2017 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. Et eksempel på god praksis, er Orkla Confectionery & Snacks Latvia som ble en del av Orkla i 2015. Selskapet har jobbet systematisk med implementering av Orklas HMS-standard, gjennomført risikoanalyser, opplæring av ansatte og en rekke forbedringstiltak i produksjonen. Dette har gitt en reduksjon i antall skader fra 2015 til 2017 på 54 %.

Veien videre

Både sykefraværet og antallet skader er for høyt, og viser at det skadeforebyggende og helsefremmende arbeidet fortsatt må ha full oppmerksomhet i alle deler av organisasjonen. Erfaring viser at arbeid etter sentrale HMS-prinsipper, som god orden og renhold, engasjement, kompetanseheving og vilje til å lære av andre, skaper forbedringer. Arbeid etter disse viktige prinsippene skal derfor fortsatt ha fokus og vektlegges i hele organisasjonen, samtidig som nye tiltak blir introdusert for å sikre utviklingen videre mot målet om null skader.

*Tall for 2017 inkluderer flere nylig oppkjøpte virksomheter som ikke tidligere er omfattet av rapporteringen.

Integritet

Orkla ønsker å bygge en bedriftskultur preget av integritet og god forretningsskikk, og har i 2017 styrket arbeidet med å fremme godt skjønn og forebygge etisk risiko.

Korrupsjon og annen uetisk forretningspraksis begrenser mulighetene for økonomisk utvikling og hindrer konkurranse på like vilkår. I 2017 er det utarbeidet tydeligere felles mål for det langsiktige arbeidet med etikk og bedriftskultur. 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 i 2017 oppdatert, og det er utarbeidet et verktøy som vil gjøre det enklere å identifisere og overvåke risikoforhold.

Orkla gjennomfører opplæring i antikorrupsjon og konkurranserett for ledere og medarbeidere som vurderes som eksponert for risiko. I 2017 er det utarbeidet et nytt opplæringsprogram som er gjennomført i flere av selskapene. Gjennom Orklas etiske leverandørkrav (Supplier Code of Conduct) stiller konsernet krav om nulltoleranse for korrupsjon hos leverandører. Leverandørene følges opp på grunnlag av en risikovurdering, som i 2017 er forbedret. 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 selskapene gjennomfører risikoreduserende tiltak for å forhindre at uavhengige forretningspartnere tar del i korrupsjon eller andre illegale eller uetiske aktiviteter i forbindelse med deres forretninger med Orkla.

I perioden 2016-2017 har Orkla forsterket den interne kontrollen med innsamling, behandling og lagring av personopplysninger. Blant annet er konsernets policies revidert, interne retningslinjer er utarbeidet og det er gjennomført omfattende opplæring. Samtidig er konsernets prosesser for håndtering av personopplysninger om ansatte og forbrukere gjennomgått og forbedret.

Veien videre

Arbeidet med intern opplæring og etisk bevisstgjøring vil fortsette i 2018. Samtidig vil Orkla fortsette implementeringen av nye og forbedrede verktøy for kartlegging og oppfølging av risiko for brudd på lovverk og interne retningslinjer. Blant annet fortsetter implementeringen av konsernets program for etterlevelse av EUs personverndirektiv.

Sterkt lokalt engasjement for bærekraft

Orkla ønsker å bidra til en bærekraftig verdikjede og en sunn og bærekraftig livsstil. Gjennom dialog og samarbeid med andre er målet å utgjøre en reell positiv forskjell.

Med vår tilstedeværelse i nær 30 land har Orkla mulighet til å skape positiv endring. Ved å samarbeide med andre kan vi bidra til å løse globale helse- og bærekraftutfordringer.

Aktiv interessentdialog

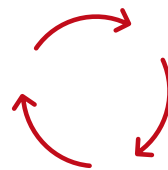
God interessentdialog hjelper Orkla til å forstå andres synspunkter, skape tillit og samarbeide om forbedringer. Orklas viktigste interessenter er medarbeidere, kunder og forbrukere, investorer, myndigheter, lokalsamfunn, interesseorganisasjoner, forskningsmiljøer og leverandører. Dialogen skjer gjennom møter og annen direkte kommunikasjon, forbruker- og kundeundersøkelser, deltakelse i nettverk og bransjeorganisasjoner og samarbeidsprosjekter.

Orkla har i 2017 fortsatt dialogen med myndigheter og politikere på nasjonalt nivå og i EU om handelspolitiske rammebetingelser, andre forhold relatert til virksomheten og arbeidet med å fremme god folkehelse. Orkla har også gjennomført dialogmøter med handelen, investorer og frivillige organisasjoner om konsernets bærekraftsarbeid. Viktige temaer for interessent-

dialog i 2017 er oppsummert i en egen illustrasjon og omtalt i de respektive temakapitlene. Det har i 2017 vært fire klagesaker knyttet til selskapenes virksomhet, hovedaklig knyttet til støy eller lukt knyttet til produksjonen.

Fremme sunt og bærekraftig forbruk

Orkla deltar i flere samarbeidsprosjekter for å utvikle løsninger for bærekraftig produksjon og forbruk:



Sirkulære forretningsmodeller

Orkla Home and Personal Care deltar i et forskningsprosjekt med Norges Handelshøyskole og renovasjonsselskapet BIR for å beskrive fremtidens sirkulære forretningsmodeller.



Matens miljøpåvirkning

Orkla Foods Sverige deltar i et samarbeidsprosjekt i regi av forskningssenteret RISE for å utvikle nye verktøy for dokumentasjon og deling av informasjon om matvarers miljøpåvirkning.



Planteproteiner

Orkla Foods Norge er en av flere deltagere i forskningsprosjektet FoodProFuture som ledes av Nofima. Prosjektet skal utvikle en kunnskapsplattform for bærekraftig produksjon og utnyttelse av planteproteiner.



Insektsoppdrett

Orkla Foods Norge deltar i ENTOFÔR, et internasjonalt forskningsprosjekt ledet av Norsk Institutt for Bioøkonomi og Nasjonalt Institutt for ernærings- og sjømatforskning, som skal utvikle kompetanse om insektsoppdrett basert på fôr fra avfall.



Fornybare energiløsninger

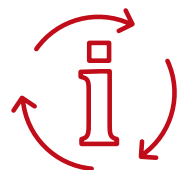
Orkla er partner i HighEFF, et senter som forsker på fornybare energiløsninger for norsk industri.

Flere av Orklas selskaper har gjennomført aktiviteter for å motivere forbrukere og profesjonelle kunder til å gjøre sunne og bærekraftige valg:



Merkeordninger

Økt bruk av merkeordninger for helse, miljø og bærekraftig råvareproduksjon.



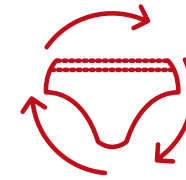
Resirkulering

Bedre informasjonen om hvordan emballasjen bør sorteres.



Mindre matavfall

Orkla Foods Norge og Fremtiden i Våre Hender har gjennomført tiltak for å øke forbrukeres kunnskap om holdbarheten på ulike matvarer og motivere til redusert matavfall.



Gjenvinning

Pierre Robert Group samarbeider med Fretex for å øke gjenvinningen av undertøy og andre tekstiler.

Helse

Orkla har startet en langsiktig kampanje for å øke folks kunnskap om hjernehelse. Sammen med hjerneforsker og forfatter Kaja Nordengen, har Möller's utviklet et treningsprogram for hjernen, som er tilgjengelig på <https://www.mollers.no/hjernetrim/>.

Disse og flere andre initiativ er beskrevet andre steder i rapporten.

Lokalt samfunnsengasjement

Mange av Orklas selskaper er viktige arbeidsgivere. Ved å utvikle lønnsomme virksomheter skaper Orkla positive ringvirkninger for samfunnet i form av kompetanseutvikling, arbeidsplasser hos leverandører og i offentlig sektor, og gjennom betaling av skatter og avgifter. Gjennom samarbeid med lokale myndigheter, skoler og organisasjoner bidrar selskapene dessuten til å støtte samfunnsnyttige prosjekter. Blant prosjektene som har mottatt støtte fra selskapene eller Orkla Friends Fund i 2017 er:

Toro – suppe til folket. Orkla Foods Norge har siden 2016 gitt mer enn 600 000 porsjoner TORO suppe til Frelsesarméen og deres arbeid for å gi mat til mennesker som virkelig trenger det.

Fotballstiftelsens Gatelag. Gatelagene er et lavterskeltilbud for rusavhengige organisert av lokale fotballklubber. Orkla Foods Norge er den største private bidragsyteren gjennom sitt tilbud av mat og drikke og veiledning om sunt kosthold.

Sunn livsstil. Orkla Foods Lietuva samarbeider med organisasjonen Tikra Mityba og initiativet Sveikos Mitybos Standartas for å fremme en sunn livsstil blant barn og unge i Litauen

Gode opplevelser for barn. Hamé samarbeider med en rekke barnehjem og andre institusjoner for barn, og bidrar til gode opplevelser gjennom sommerleir og andre sosiale aktiviteter for barna.

Sponser skolemat. MTR Foods bidrar gjennom sitt samarbeid med The Akshaya Patra Foundation til at mer enn 7000 skolebarn i Karnataka-regionen i India får skolemat.

Ikke mobb! Orkla Confectionery & Snacks Sverige og Orkla Foods Sverige bidrar gjennom samarbeid med organisasjonen Friends til at barn og unge over hele Sverige lærer om betydningen av å forhindre mobbing.

Orkla i omstilling

For å skape langsiktig konkurransedyktig virksomhet har Orkla i 2017 gjennomført en rekke investeringer og endringer i produksjonsstrukturen. Dette har ført til økt produksjon og forbedringer ved virksomhetene på Stranda og Ski i Norge, i Eslöv, Kumla og Falun i Sverige, Tallinn i Estland, Bysice i

Tsjekkia og Covasna i Romania. De økte investeringene skaper positive ringvirkninger i form av arbeidsplasser og innkjøp fra lokale leverandører. Orkla har lagt ned virksomheter



i Gimsøy og Kristiansund i Norge, Vadensjö i Sverige, Kastrup i Danmark, Riga i Latvia, Caracal i Romania, Kaunas i Litauen og Coseano i Italia. Rundt 300 ansatte har vært berørt av endringene. De tillitsvalgte har vært involvert gjennom regelmessige drøftelsesmøter, og ansatte som har mistet arbeidet har fått støtte til å søke nytt arbeid eller ta videreutdanning. Orkla har også lagt vekt på åpenhet og dialog med viktige interessenter i lokalmiljøet.

Veien videre

Arbeidet med å etablere en god og enhetlig tilnærming til interessentdialog vil fortsette i 2018. Det samme vil innsatsen for å fremme sunt og bærekraftig forbruk.

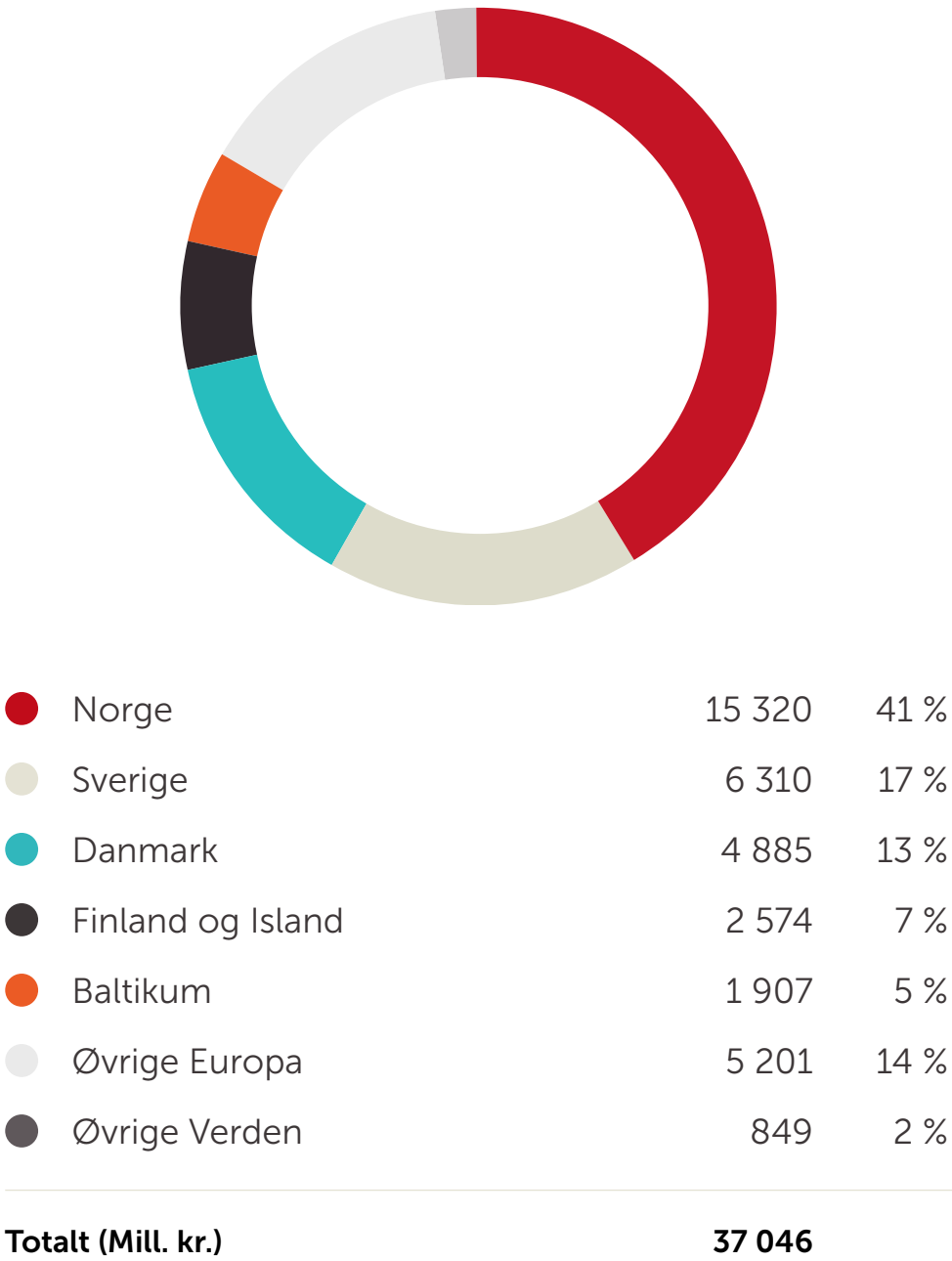


Kampanjer med mening

Flere av selskapene bruker merkevaremarkedsføring til å fremme samfunnsnyttige formål. Blant eksemplene fra 2017 var Orkla Foods Sveriges samarbeid med Bröstkan- cerfonden der en kampanje for Risifrutti ble brukt til å øke bevisstheten blant kvinner om betydningen av å undersøke brystene regelmessig. Orkla Health fortsatte sitt langsiktige samarbeid med Sykehusklovnene. For hver boks Vitaminbjørner som selges går 1 krone til organisasjonens arbeid for å spre glede blant barn på sykehus. Orkla Confectionery & Snacks Sverige fort- satte sitt langsiktige samarbeid med Maskrosbarn der markedsføring av OLV brukes til å fremme organi- sasjonens arbeid for barn som vokser opp i familier preget av rus eller psykisk sykdom.



Geografisk fordeling av anvendt kapital



Viktige temaer for interessedialog i 2017



Medarbeidere

- Omstilling i virksomhetene
- Forretningsstrategi



Myndigheter

- Samarbeid for bedre folkehelse
- Negative effekter av sjokolade- og sukkervareavgift
- Avskogingsfrie leverandørkjeder
- Bærekraftig matvareproduksjon
- Nøkkelhullsmerking
- Markedsføring av mat og drikke mot barn og unge
- Byggeprosjekter
- Løpende dialog med tilsynsmyndigheter



Kunder og forbrukere

- Ernæring og sunnhet
- Matallergier
- Gjenvinning av emballasje og avfall
- Mindre matavfall
- Bærekraftige råvarer
- Dyrevelferd
- Produktsikkerhet
- Beredskapssaker
- Produktspørsmål



Leverandører

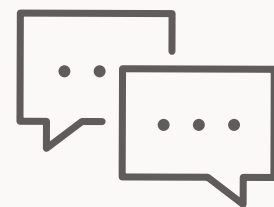
- Oppfølging av Orklas etiske leverandørkrav
- Bærekraftig palmeolje-produksjon
- Bærekraftig fisk og sjømat
- Forbedringsarbeid i kakao-sektoren i Elfenbenskysten
- Bærekraftig emballasje

Viktige temaer for interessentdialog i 2017



Lokalsamfunn

- Miljøtiltak
- Omstilling i virksomhetene
- Arbeidsmiljø
- Samarbeid om fag-
utdanning
- Byggeprosjekter



Interesseorganisasjoner

- Reduksjon av matavfall
- Redusert havforurensning
- Gjenvinning av plast
- Returordning for tekstiler
- Fornybar energi
- Bærekraftig palmeolje-
produksjon
- Avskogingsfrie leveran-
dørkjeder
- Dyrevelferd
- Bærekraftig fiske



Forskningsmiljøer

- Miljøpåvirkningen fra
produkter
- Utvikling av sunn og bære-
kraftig produsert mat
- Sirkulære forretnings-
modeller
- Gjenvinning av plast
- Reduksjon av salt, sukker
og mettet fett i matvarer
- Sunne brødmikser med
god ernæringsprofil
- Omega-3 og fisk



Investorer

- Orklas bærekraftsstrategi
- Risikohåndtering
- Tilnærming til
samfunnsansvar

GRI-ref.		Enhet	2017	2016	2015
Ansvarlig arbeidsgiver					
	Medarbeidere - Antall ansatte totalt - Andel administrativt ansatte - Andel operatører	Antall % %	18 178 40,5 59,5	18 154 39,4 60,6	14 670 46,5 53,5
G4-LA1	Endringer i arbeidsstokken - Antall nyansatte - Turnover (nyansatte/totalt ant. ansatte)	Antall %	1810 10	-	-
G4-LA9	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring pr. ansatt*	Timer	7,0	8,2	4,8
G4-HR2	Opplæring i menneskerettighetstemaer* - Totalt antall timer opplæring - Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	Timer %	26 700 45	22 800 39	14500 34
G4-LA11	Andel medarbeidere omfattet av rutiner for regelmessig utviklingssamtale - Totalt - Ledere - Administrativt ansatte - Salgsmedarbeidere - Operatører	%	59 97 76 83 45	63 93 83 81 49	71 99 95 91 42
G4-LA12	Kvinneandel blant ansatte - Totalt - Administrativt ansatte - Operatører	%	48,7 47,4 49,7	48,5 48,6 48,4	45,6 46,7 44,7
G4-LA12	Kvinneandel blant ledere - Orklas konsernledelse - Ledergrupper på konsern-, forretningsområde- og selskapsnivå - Ledere totalt alle nivåer (leder definert som medarbeidere med personalansvar)	%	11 34,3 40,0	11 35,1 37,5	11 32 36,1
G4-HR3	- Formelle klager eller saker knyttet til regelverk for diskriminering	Antall	2	0	0
G4-HR12	- Formelle klager eller saker knyttet til arbeidstaker- og menneskerettigheter i Orklas virksomhet	Antall	12	2	-

*Rapportering fra selskaper som representerer 88 % av konsernets medarbeidere.

GRI-ref.		Enhet	2017	2016	2015
Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet					
G4-LA6	Sykefravær**				
	- Sykefravær totalt		4,7	4,3	4,4
	- Sykefravær i Norge	%	5,3	5,6	5,8
	- Sykefravær i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum		4,4	4,5	4,6
	- Sykefravær øvrige verden		4,8	3,1	2,7
G4-LA6	Skader**				
	- H1 totalt		5,7	5,4	5,6
	- H1 i Norge		3,8	3,5	3,4
	- H1 i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum		7,2	7,7	7,4
	- H1 i øvrige verden		5,3	3,7	4,9
	- H2 totalt		12,7	10,8	10,1
	- H2 i Norge		9,3	9,1	6,0
	- H2 i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum		16,2	15,4	19,4
	- H2 i øvrige verden		8,7	5,6	6,9
	- Arbeidsrelaterte dødsfall		0	0	0
Integritet					
G4-SO4	Antikorrupsjonsopplæring				
	- Antall ansatte som har gjennomfør opplæring ila. året	Antall	1807	671	3600
	- Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	%	9,9	3,7	24,5
G4-SO5	Formelle klager og saker knyttet til korrupsjonsregelverk	Antall	0	0	0
G4-SO7	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for konkurranserett	Antall	0	0	0
Interessentdialog og samfunnsengasjement					
G4-EC1	Støtte til eksterne organisasjoner og prosjekter				
	- Direkte økonomisk støtte	NOK	17,3	16,5	15,7
	- Verdi av produkter og arbeidsinnsats		12,3	4	3,4
G4-EC4	Offentlig støtte mottatt ila året				
	- Tilskudd til forsknings- og utviklingsaktiviteter, arbeids- og miljøtiltak	NOK	14,6	17,9	18,3
	- Råvarepriskompensasjon		161,2	173,6	137,1
G4-EC6	Andel av ledergruppemedlemmer rekruttert fra landet der virksomheten er lokalisert	%	95		
G4-SO6	Samlet verdi av bidrag til politiske formål	NOK	0	0	0

**Tallene for 2017 inkluderer flere nylig oppkjøpte virksomheter som ikke tidligere er omfattet av rapporteringen»