



Ferdinand – en del av Orkla-familien

01 Orklas bærekraftsarbeid

Orkla mobiliserer for bærekraftsmålene

Som en ledende produsent av mat og andre dagligvarer ønsker Orkla å bidra til et sunnere kosthold og bærekraftige verdikjeder.

En tredjedel av verdens befolkning er overvektige, og livsstilsrelaterte sykdommer øker i omfang. Samtidig står verdikjeden for mat – fra jord til bord – for en fjerdedel av verdens klimagassutslipp og er en av hovedkildene til vannforbruk. Kombinasjonen av klimaendringer og befolkningsvekst legger press på matråvarer og naturressurser.

Dette er globale utfordringer som krever samarbeid og felles innsats fra næringsliv, myndigheter og andre viktige aktører. Orkla ønsker å bidra til en bærekraftig utvikling gjennom sunnere og mer miljøvennlige produkter, en høy standard for mattrygghet, effektiv ressursbruk, forbedringsarbeid i leverandørkjeden og generelt ansvarsfull drift. Orklas bærekraftsstrategi omfatter fire områder hvor konsernets innsats vil være viktig både for samfunnet og for Orklas langsiktige verdiskaping: ernæring og helse, mattrygghet, ansvarlige innkjøp og miljø. Gjennom målrettet innsats på disse områdene bidrar Orkla til de globale bærekraftsmålene.

Orklas fotavtrykk

Orklas dagligvareprodukter kjøpes regelmessig av flere millioner forbrukere, og påvirker deres kosthold, helse og velvære. Selv små endringer i produktinnhold kan ha positiv effekt på befolkningens kosthold, og gjennom utvikling av nye produkter kan Orkla gi viktige bidrag til folkehelsen.

Orklas matproduksjon gjør konsernet til en av de største innkjøperne av jordbruks- og fiskeråvarer i Norden, samtidig som bruk av energi og vann, kjøp av emballasje og transporttjenester påvirker miljøet. Orkla er dessuten involvert i enkelte globale råvarekjeder med komplekse økonomiske, sosiale og miljømessige utfordringer. Gjennom effektiv ressursbruk, reduksjon av matavfall og målrettet innsats for

å oppnå bærekraftig råvareproduksjon kan Orkla bidra til en bærekraftig verdikjede for mat.

Orkla er en stor arbeidsgiver, med omfattende egenproduksjon og virksomhet i mange land. Ved å investere i kompetanseutvikling og bedriftskultur 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 økonomiske ringvirkninger for lokalsamfunn i form av arbeidsplasser, skatteinntekter og innkjøp fra lokale leverandører. For Orkla er åpenhet og god interessentdialog viktig for langsiktig utvikling og tillit.

Bærekraftig vekst

De globale helse- og bærekraftsutfordringene medfører kommersiell risiko og muligheter for Orkla gjennom gradvise endringer i forbrukerpreferanser, råvaretilgang- og kostnader, politiske rammebetingelser og det generelle konkurransebildet. For Orkla representerer utvikling av produkter for en sunn livsstil en vesentlig mulighet for inntektsvekst, og er en viktig prioritet for innovasjonsarbeidet i selskapene. Samtidig er innsatsen for bærekraftige råvarekjeder og redusert miljøpåvirkning viktig for å skape tillit til Orklas merkevarer, sikre langsiktig råvaretilgang og oppnå kostnadseffektiv drift. Det systematiske forbedringsarbeidet knyttet til arbeidsmiljø, helse og sikkerhet, har stor kommersiell betydning gjennom å føre til stabil drift og reduserte fraværskostnader.

Orklas bærekraftsstrategi ble utarbeidet i 2014 og beskriver retningen for konsernets arbeid frem mot 2020. Den omfatter de fire temaene som vurderes som spesielt viktige for Orkla ut fra et kombinert bærekrafts- og forretningsperspektiv:

Rapportering om samfunnsansvar

Orkla er underlagt rapporteringskrav om samfunnsansvar og utvalgte ansvarstemaer etter regnskapsloven § 3-3a og § 3-3c. En redegjørelse for konsernets arbeid med de relevante temaene i 2016 er gitt i de påfølgende kapitlene om Orklas bærekraftsarbeid:

- «Orklas bærekraftsarbeid» side 35 (samfunnsansvar)
- «Ansvarlige innkjøp» side 50 (menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, sosiale forhold og miljø i leverandørkjeden)
- «Miljø» side 57 (miljø)
- «Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet» side 62 (arbeidsmiljø, skader, ulykker, sykefravær, arbeidstakerrettigheter i egen virksomhet)
- «Medarbeiderutvikling og bedriftskultur» side 65 (menneskerettigheter, likestilling og ikke-diskriminering, antikorrupsjon)
- «Orkla og samfunnet» side 70 (sosiale forhold)

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 25 i denne rapporten.

mattrygghet, ernæring og helse, ansvarlige innkjøp og miljø. Strategien skal i hovedsak implementeres i selskapene og Orklas fabrikker, med støtte fra konsernfunksjonene. Konsernsenteret har i perioden 2015–2016 støttet forretningsområdene og enkeltstående selskaper i arbeidet med å omsette Orklas bærekraftsstrategi til mål og tiltaksplaner. I tillegg er det tatt flere sentrale initiativ for å spre læring og beste praksis, etablere felles tilnærming og systemer og utnytte tilgjengelige ressurser på best mulig måte.

Status for Orklas bærekraftsarbeid

Orkla har oppnådd en positiv utvikling innenfor alle hovedtemaene de siste årene. Selskapene jobber målrettet med å utvikle sunnere matvarer og andre produkter med helsefordeler, og samtlige forretningsområder har i 2016 gjennomført vellykkede lanseringer av slike produkter. Konsernet har også fortsatt den gode dialogen med politikere og embedsverk om kostholdsutfordringene, og blant annet bidratt til å sette nye mål for reduksjon av salt, sukker og mettet fett i norske matvarer. Orkla har god kontroll med mattrygghet i egen virksomhet, og standarden på mattrygghet i konsernets fabrikker som produserer mat og drikke, er høy. Orklas fabrikker har god kontroll med miljøforhold og fremgang i arbeidet med å redusere energiforbruk, vannforbruk og matavfall fra produksjonen. Orkla har også god fremdrift i arbeidet med å følge opp leverandører for å sikre trygge og ansvarlig produserte råvarer. Konsernet jobber med kontinuerlig forbedring på viktige områder som kompetanseheving, arbeidsmiljø, helse og sikkerhet og antikorrupsjon. Resultatene for 2016 og mål for det videre arbeidet er nærmere beskrevet i egne kapitler for hvert hovedtema.

Vesentlighet

Valget av temaer og indikatorer for rapporteringen av Orklas bærekraftsarbeid er basert på en vesentlighetsanalyse utarbeidet i 2015. Vesentlighetsanalysen tar utgangspunkt i Orklas bærekraftsstrategi og hovedtemaene for Orklas arbeid med samfunnsansvar. For hvert hovedtema er det gjort en vurdering av hvilke deltemaer som er relevante for Orklas virksomhet, inkludert en vurdering av de aspektene som er omfattet av rapporteringsstandard GRI G4. I vurderingen er det lagt vekt på den langsiktige kommersielle og samfunnsmessige effekten av Orklas innsats og av temaenes betydning for interessenters vurderinger og beslutninger. De interessentgruppene som vurderes som viktigst for Orklas mulighet til å lykkes, og som derfor er tillagt størst vekt, er investorer, myndigheter, forbrukere, kunder og medarbeidere. Som kilde til å forstå interessentenes prioriteringer benyttet Orkla analyser utført av eksterne bærekraftsanalytikere, relevant offentlig regelverk, internasjonale normer for samfunnsansvar, og dybdeintervjuer om bærekraftstrender gjennomført med utvalgte interessenter høsten 2014. I tillegg gjorde Orklas fagpersoner en skjønnsmessig vurdering basert på erfaringer og tidligere interessentdialoger. Vesentlighetsanalysen vurderes som fortsatt relevant, og det er kun gjennomført mindre justeringer i 2016.

Orklas bærekraftsrapportering omfatter alle temaene som er definert som viktige og vesentlige, men de vesentlige

temaene er tillagt størst vekt. Hovedtemaene og strukturen for rapporteringen er den samme som i 2015. 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. Ved utformingen av rapporten har Orkla også benyttet Oslo Børs' veiledning om rapportering av samfunnsansvar. Med mindre annet er angitt omfatter nøkkeltallene i Orklas bærekraftsrapportering alle virksomheter der Orkla hadde mer enn 50 % eierandel pr. 31.12.2016. Nøkkeltall for utslipp og energi- og vannforbruk vil bli verifisert av det uavhengige selskapet CO2-Focus. For informasjon om bærekraftsarbeidet i Orklas datterselskaper Sapa og Jotun henvises det til selskapenes egen rapportering.

FNs Global Compact og de globale bærekraftsmålene

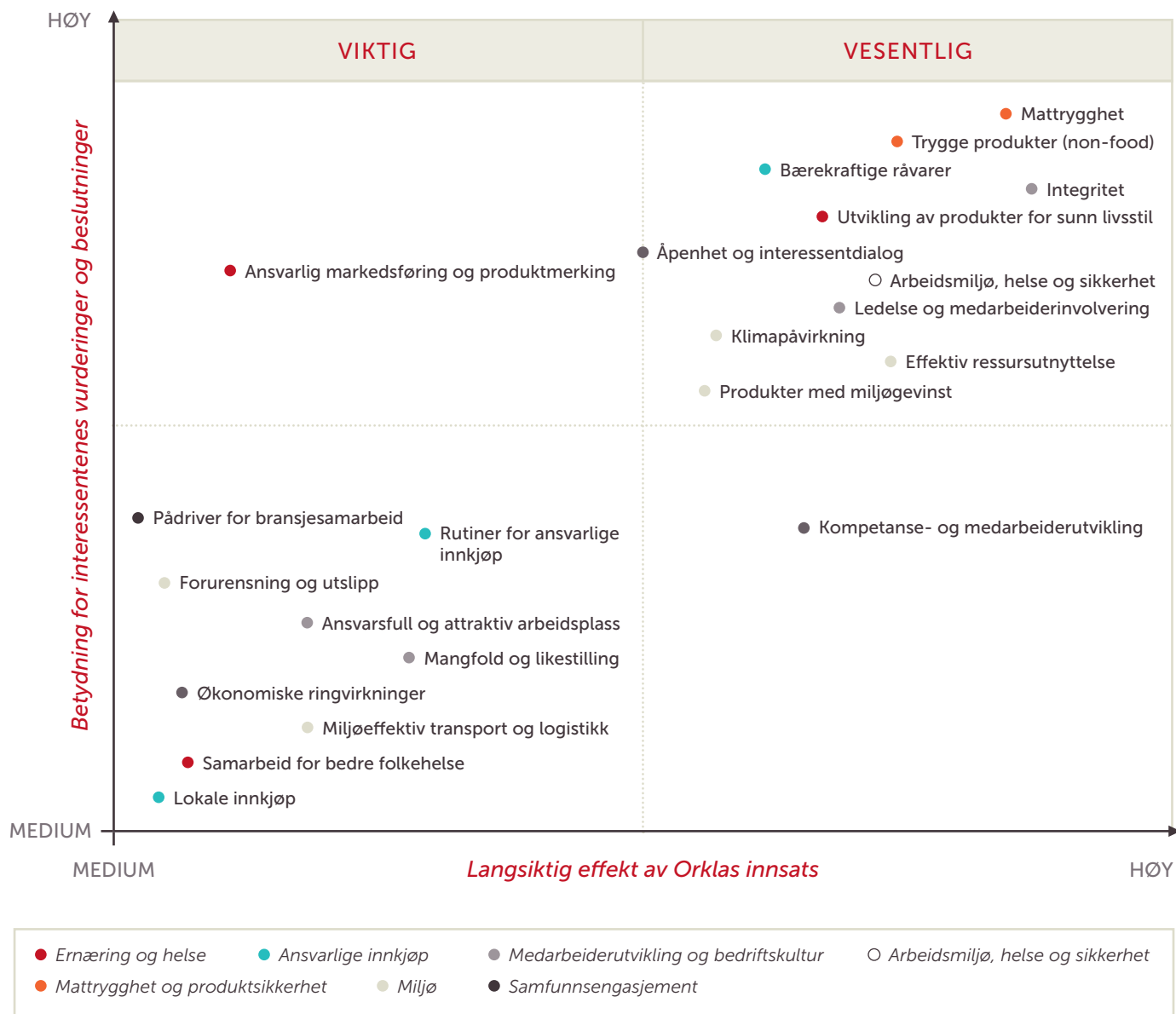
Orkla har siden 2005 vært tilsluttet FNs Global Compact og støtter aktivt opp om initiativets ti prinsipper for menneske- og arbeidstakerrettigheter, miljø og antikorrupsjon. Gjennom Orklas bærekraftsarbeid bidrar konsernet til å nå flere av de globale bærekraftsmålene mot 2030 som ble lansert i regi av FN i 2015. Orklas konsernsjef Peter A. Ruzicka signerte i 2016 «The Businessworthy Pledge», en personlig forpliktelse til å jobbe for de globale bærekraftsmålene:

«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.»



P. Ruzicka
Peter A. Ruzicka
konsernsjef

Vesentlighetsanalyse





Marcus, Ole Jørgen og Ingrid - en del av Orkla-familien



02 Ernæring og helse

En sunnere hverdag

De globale utfordringene knyttet til overvekt og livsstilssykdommer, krever innsats fra alle deler av samfunnet. Orkla vil være en del av løsningen og bidra til et godt og sunt kosthold i befolkningen.

Rundt en tredjedel av verdens befolkning er nå overvektige. Livsstilsrelaterte sykdommer som følge av et usunt kosthold øker i omfang. For å møte helseutfordringer er det nødvendig med dialog og felles mobilisering på tvers av matvareindustri, handel, fagmiljø og myndigheter. Det er vårt felles ansvar å gjøre det enklere for forbrukerne å ta sunnere valg.

Utvikling av sunnere produkter står derfor høyt på agendaen i Orkla. Alle forretningsområdene har fokus på ernæring og forbrukerhelse, og selskapene jobber aktivt med å tilpasse produktporteføljen til helserelaterte forbrukertrender og utviklingen i myndighetskrav.

Orklas hovedmål for 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
- Unngå markedsføring mot barn

Arbeidet med ernæring og helse støtter opp under FNs globale bærekraftsmål: **SDG #3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING.**

Orklas tilnærming

Orkla er en ledende produsent av mat og drikke, og kan gjennom små forbedringer i mange produkter gi et positivt bidrag til folkehelsen. Selskapene utvikler også nye produkter som gjør det enklere å ha et balansert kosthold. Arbeidet med produktutvikling og innovasjon tar utgangspunkt i lokale behov og smakspreferanser. Filosofien er at sunn mat må smake godt. Selskapene har over lang tid jobbet systematisk med å bedre produktenes ernæringsprofil og redusere mengden salt, mettet fett og sukker. Det er utarbeidet mål i flere Orkla-selskap, og arbeidet følges opp fra Orkla sentralt gjennom intern rapportering og rutiner for «business area reviews». Resultatene rapporteres regelmessig til Orklas styre.

Samarbeid for bedre folkehelse

Orkla er en aktiv medspiller for myndighetene, og har god dialog med dem både på EU-nivå og i flere av landene der konsernet har virksomhet. I Norge deltar Orkla i helse- og omsorgsministerens næringsgruppe på matområdet, med reduksjon av salt, sukker og mettet fett som viktige temaer. Orkla har i 2016 bidratt til å utarbeide en intensjonsavtale mellom næringsmiddelbransjen og norske myndigheter. Hensikten er å gjøre det enklere for forbruker å ta sunne valg. Orkla ble, som eneste selskap i Norge, invitert til å delta i et utvalg som jobber med en utredning om forskning og innovasjon koblet til mat, ernæring og helse. Utredningen ferdigstilles våren 2017.

Orkla Foods Sverige har engasjert seg aktivt i prosjektet «Hållbar Livsmedelskedja», et unikt samarbeid mellom aktørene i næringsmiddelkjeden, som jobber for sunn mat og bærekraftig produksjon og forbruk av næringsmidler. Orkla Foods Sverige har også gitt innspill til de svenske myndighetenes handlingsplan for bedre matvaner og fysisk aktivitet, og engasjert seg gjennom debattinnlegg om temaet. I Danmark er Orkla-selskapene Creden og CBP engasjert i Fullkornspartnerskapet, som arbeider for å øke forbruket av fullkornsprodukter. CBP har utviklet en løsning som gjør at bakerikundene enkelt kan beregne oppskrifter slik at det endelige bakeriproduktet tilfredsstiller kravene til Fullkornsmarket og Nøkkelhullet.

Orkla skal bidra til en bedre folkehelse gjennom utvikling av sunnere produkter, tydelig merking, ansvarlig markedsføring og tiltak for økt fysisk aktivitet i befolkningen.

Bærekraftsløfte, Orkla



Intensjonsavtale for sunnere mat

I desember 2016 signerte Orkla en samarbeidsavtale med helsemyndighetene i Norge. Hensikten er å gjøre det enklere for forbrukerne å ta sunnere valg. Orkla er én av flere aktører som skal samarbeide med helsemyndighetene om dette. Gjennom avtalen forplikter partene seg blant annet til konkrete mål for reduksjon av salt, tilsatt sukker og mettet fett i mat og drikke. Å utvikle nye produkter som gjør det lettere for forbruker å ta sunne valg og bidra til økt bevissthet rundt helse og kosthold, er også sentralt. Med den historiske avtalen er Norge nå helt i front i arbeidet for en bedre folkehelse.

Sunnere folkefavoritter

Utvikling av sunnere produkter med mindre salt, sukker og mettet fett står høyt på agendaen i Orkla. Selskapene har også i 2016 hatt god fremgang i dette arbeidet.

I flere land har befolkningen et inntak av salt, sukker og mettet fett som er langt høyere enn det helsemyndighetene anbefaler. Konsekvensene er at flere får nedsatt helsetilstand og livskvalitet gjennom sykdommer som type 2-diabetes, overvekt og hjerte- og karsykdommer.

Spiser du sunt og er fysisk aktiv i hverdagen, reduseres risikoen for livsstilsrelaterte sykdommer. I et folkehelseperspektiv betyr små forandringer i det daglige kostholdet hos mange mer enn store endringer hos enkeltpersoner. Derfor jobber Orkla aktivt med å gjøre folkefavorittene sunnere med mindre salt, sukker og mettet fett. Selskapene har hatt god fremgang i dette arbeidet i 2016.

Mindre salt

Inntaket av salt er nesten dobbelt så høyt som anbefalt. I Norge har Orkla forpliktet seg til Saltpartnerskapsavtalen, som målsetter å redusere det gjennomsnittlige saltinntaket hos nordmenn fra ti til åtte gram innen 2021. Orkla Foods Sverige har i 2016 satt tydelige mål for saltreduksjon i sine produkter, basert på Nøkkelhullet og den norske Saltpartnerskapsavtalen. Orkla Confectionery & Snacks Norge jobber systematisk med å redusere saltinnholdet i kjeks og snacksprodukter med 21 tonn frem mot 2020. I 2016 startet Orkla Confectionery & Snacks Sverige et prosjekt for å få ned saltmengden i søte og salte kjeks. Saltreduksjon står på agendaen også utenfor Norden. Gode eksempler er selskapet Vitana, som har fått en stor effekt av å redusere salt i sine buljongprodukter, og MTR Foods i India, som har et omfattende program for saltreduksjon.

Ved å utvikle produkter med mindre salt har Orkla bidratt til en årlig reduksjon i forbruket på ca. 90 tonn i 2016. Ketchup, supper, grøt, leverpostei, kaviar, skinke og brød samt indiske ferdigretter, frokostmikser og snacks er eksempler på produktkategorier der saltinnholdet er redusert i 2016. De siste fem årene er saltmengden redusert tilsvarende en årlig reduksjon i forbruket på 716 tonn.

Mindre sukker

Sukkerinntaket er fortsatt høyere enn helsemyndighetenes anbefaling. Orkla har også i 2016 utviklet flere sukkerreduerte og sukkerfrie produkter innen kategoriene drikker, sauser, risgrøt, sylteagurk, pålegg, syltetøy og ketchup. Flere av selskapene i Norden og Baltikum har i 2016 lansert nye produkter med mindre sukker, som frokostblandinger og knekkebrød, naturlig søtet yoghurt og sjokolade med høyere kakaoinnhold, og har også omfattende lanseringsplaner for 2017. Indiske MTR Foods har redusert sukkerinnholdet i sin populære Badam drikkemiks.

Ved å utvikle sukkerfrie og sukkerreduerte produkter

har Orkla i 2016 bidratt til en økt årlig reduksjon i sukkerinntaket tilsvarende 640 tonn. Totalt bidrar Orklas portefølje av sukkerfrie og sukkerreduerte produkter til en reduksjon i sukkerinntaket på ca. 14.000 tonn.

Mindre mettet fett

Helsemyndighetene anbefaler oss å begrense andelen mettet fett i kostholdet til maks. 10 % av energiinntaket. Orkla bidrar til å redusere befolkningens inntak av mettet fett gjennom å erstatte palmeolje med alternativer som har en mer gunstig fettsyresammensetning. Arbeidet har hatt en god effekt også i 2016. I tillegg til å bytte ut palmeolje har eksempelvis Orkla Foods Sverige lansert flere vegetarprodukter og endret fra animalske til vegetabiliske proteiner i deler av sitt ferdigmatsortiment, og Hamé i Tsjekia har lansert en ny serie smørbare pålegg med mindre fett.



Ved å utvikle produkter med sunnere fettsammensetning har Orkla bidratt til en årlig reduksjon i forbruket av mettet fett på ca. 370 tonn i 2016. Pizza, supper, sauser, gryter, ferdigretter, pålegg, kjeks og snacks er eksempler på produktkategorier der innholdet av mettet fett er redusert i 2016. Siden 2008 er mengden mettet fett redusert tilsvarende en årlig reduksjon i forbruket på 7.500 tonn.

Sunnere folkefavoritter

<p>Salt</p> 	<p>Resultat 2016: 90 tonn mindre salt</p>
<p>Sukker</p> 	<p>Resultat 2016: 640 tonn mindre sukker</p>
<p>Mettet fett</p> 	<p>Resultat 2016: Ca. 370 tonn mindre mettet fett</p>

Sunnere folkefavoritter

Orkla Foods Sverige og Orkla Confectionery & Snacks Norge har i 2016 satt konkrete mål for å redusere salt, sukker og mettet fett i produktene sine, og tilsvarende mål vil bli utarbeidet for flere selskaper i 2017.

<p>Salt</p> 	<p>Mål:</p> <p>Alle Orklas matselskaper skal identifisere relevante tiltak for å redusere salt.</p> <p>Alle Orkla Foods Sveriges produkter oppfyller målet for saltreduksjon innen 2020, basert på nøkkelhullsreglene og den norske saltpartnerskapsavtalen.</p> <p>Orkla skal fjerne 80 tonn salt fra sine norske produkter i perioden 2014-2018, hvorav 21 tonn fra snacks og kjeks.</p>
<p>Sukker</p> 	<p>Mål:</p> <p>Alle Orklas matselskaper skal identifisere relevante tiltak for å redusere sukker.</p> <p>Orkla Foods Sverige har som ambisjon å redusere mengden tilsatt sukker og totalt sukkerinnhold med 1.300 tonn innen 2020 (sammenlignet med 2015).</p> <p>Orkla Confectionery & Snacks Norge målsetter å markant øke antall godteri- og kjeks-lanseringer med mindre tilsatt sukker eller som er sukkerfri innen utgangen av 2018.</p>
<p>Mettet fett</p> 	<p>Mål:</p> <p>Alle Orklas matselskaper skal identifisere relevante tiltak for å redusere mettet fett.</p> <p>Orkla Confectionery & Snacks Norge skal senke innholdet av mettet fett med 1.100 tonn i perioden 2008-2018, og fjerne palmeolje i egenproduserte varer innen 2017.</p>

Orkla satser på Nøkkelhullet

Merkeordningen Nøkkelhullet er godt kjent og nyter høy tillit hos forbrukere i de nordiske landene. I 2016 hadde Orkla Foods Sverige en vekst på ca. 37 % i salget av nøkkelhullsmerkede produkter. Orkla Foods Norge har mer enn doblet antall nøkkelhullsprodukter i 2016. Flere Stabbur-Makrell-varianter og TORO-produkter fikk det grønne merket i 2016, i tillegg til nyheten Stabburet Glutenfri Leverpostei. Grandiosa Fullkorn ble lansert som den sunneste pizzaen i frysedisken og er den eneste med nøkkelhull. Pizzaen inneholder maks. 600 kalorier, og har en tynn bunn bakt med fullkorn. Orkla Foods Norge fortsetter sin satsing på nøkkelhullsprodukter også i 2017.



Innovasjoner som bidrar til et sunnere liv

Gjennom å kombinere forbrukerinnsett og ny kunnskap innen helse og kosthold utvikler Orkla smakfulle og innovative produkter med en god ernæringsprofil.

«Helse og ernæring» er ett av fire prioriterte områder for innovasjon i Orkla. Selskapene samarbeider nært med eksterne kompetansemiljøer og er involvert i rundt 20 forskningsprosjekter hvorav åtte er relatert til helse og kosthold.

Forskningsprosjekter

- Orkla Foods Norge deltar i forskningsprosjektet «En sunnere matpakke», som pågår ut 2017. Målet er å utvikle produkter med lavere innhold av salt og mettet fett.
- Gjennom samarbeidet med svenske Igelösa Life Science Community får Orkla-selskapene tilgang til et kompetansemiljø med lang erfaring i å forske på og utvikle produkter og måltidsløsninger med en positiv helseeffekt.
- Nederlandske Sonneveld samarbeider med Wageningen University & Research om utvikling av matvarer som kan forbedre kostholdet for eldre og syke mennesker.
- Flere Orkla-selskaper samarbeider med Antidiabetic Food Centre i Lund om utvikling av matvarer som kan bidra til redusert risiko for hjerte- og karsykdommer, fedme og aldersrelatert diabetes.

Ny kunnskap innen helse og kosthold brukes i utviklingen av smakfulle og sunne produkter som svarer på sentrale forbrukertrender.

Økt satsing på økologisk og naturlig mat

Orkla har de siste årene styrket satsingen på naturlig mat uten tilsetningsstoffer og produkter for allergikere. Flere nye produkter møter den økte etterspørselen etter glutenfrie produkter. Eksempler på lanseringer i 2016 er Paulúns Glutenfri Supermüsli uten tilsatt sukker og Stabburet Glutenfri Leverpostei. TORO har en egen serie glutenfrie produkter, og har også lansert flere av sine populære varianter uten gluten.

Møter helsetrenden med sunn mat som smaker godt

Orkla Foods Sverige har lyktes godt med helsemerket Paulúns, som i 2016 også er lansert både i Finland og Baltikum. Produktene er utviklet i nært samarbeid med ernæringsfysiolog Fredrik Paulún, og inneholder naturlige råvarer, er fri for tilsetningsstoffer og helt uten tilsatt sukker. Under mottoet «Bara Bra Mat» har Paulúns lansert flere nye produkter i Sverige i 2016, blant dem Chiafrø & Bovete Superflingor, middagstilbehøret Paulúns Supermix og Superknäcke, knekkebrød bakt på surdeig med 26 % frø. Grøt og ovnsbakt müsli er lansert i Finland, og Paulúns Granola i Litauen. Orkla omsatte Paulúns-produkter for i alt 299 mill. kroner i 2016.

Møter etterspørsel etter vegetarmat

Stadig flere forbrukere ønsker kjøttfrie alternativer én eller flere dager i uken, både av helse- og miljømessige årsaker. Orkla har de siste årene styrket sin posisjon innen vegetarmat i Sverige og Danmark. I tillegg er en av Orklas aller største merkevarer, MTR i India, 100 % vegetarisk.

Det veganske merket Anamma, som inngår i porteføljen til Orkla Foods Sverige, har mer enn doblet omsetningen de siste tre årene. Blant produkttyperne i 2016, er Anamma Vegofärs og Falafel, Felix Veggie, fryste vegetariske retter, og Felix Veggie Bowls, kjølte gryteretter, i flere varianter. I Danmark har selskapet Naturli' Foods etablert seg som en ledende leverandør av vegansk mat, med et bredt sortiment og en markedsandel på 70 % innen drikke, yoghurt og fløte. 14 nye produkter ble lansert i 2016, alle laget på økologiske råvarer og 100 % plantebasert.

Vekst i salget av økologiske produkter



Orkla Foods Sverige har lansert en rekke produkter som møter trenden med økologisk og naturlig, blant annet Felix Ekologiska Risgröt med naturlige råvarer, Felix Ekologiska Hummus og Felix Mustig Soppa, en serie økologiske supper laget på naturlige råvarer. Salget av matvarer med EUs økologiske sertifiseringsmerke økte betydelig i 2016. Gjennom oppkjøpet av Bioquelle i Østerrike øker Orkla tilbudet av økologisk mat.

«Bedre for deg»

Orkla Confectionery & Snacks Norge har hatt flere vellykkede lanseringer av sunnere kjeks og chips de siste to årene. I 2016 ble dette arbeidet ytterligere forsterket ved utviklingen av «bedre for deg» - produktene Småsulten. Serien ble lansert i begynnelsen av 2017, og inkluderer blant annet nøttebarer med mindre sukker og mettet fett, og popcorn med en bedre ernæringsprofil.



Produkter for ulike helsebehov

Orkla Health tilbyr produkter som svarer på bestemte helsebehov og er tilpasset ulike livsfaser. Det kan være omega-3 for gravide, vitamintilskudd til eldre eller fiberprodukter for en god tarmhelse.

Orkla Health har et team bestående av ernæringsfysiologer og produktutviklere som utvikler ulike helseprodukter basert på egne undersøkelser og annen forskning. Selskapet samarbeider med eksterne kompetansemiljøer i Norden om forskning innenfor helse, blant annet knyttet til omega-3, sportsernæring og utfordringer rundt stive og ømme ledd.

Til tross for et økende fokus på helse spises det fortsatt for lite fisk i de europeiske landene. Under merkevarene Möller's og Triomar utvikler Orkla Health stadig nye produkter i nye leveringsformater eller smaker som skal gjøre det enda enklere å ta dagens dose med omega-3. Et slikt produkt er Möller's God Start, for gravide og kvinner som planlegger å bli gravide. I 2016 ble Möller's solgt til over 20 land, og interessen for tran fra Norge er sterkt økende.



Sunne bakervarer

Selskapene i Orkla Food Ingredients tilbyr en rekke produkter og ingredienser som gjør det enklere for profesjonelle bakere å tilby sunne brødprodukter. De to merkevarene Whole & Pure og Fit4Life omfatter en rekke brødmikser med et høyt fiberinnhold og andre gunstige ernæringsegenskaper. Eksempler på produkter lansert av Idun Industri i 2016 er Fit4Life Havrebase, Havrefiber og Hjerterbrød med høyt innhold av fiber og betaglukaner.

Smarte måltider fra Nutrilett

Fedme og overvekt er en av de største helseutfordringene vi står overfor. Med Nutrilett-serien tilbyr Orkla ulike produkter og løsninger for å gå ned i vekt. For å gjøre det enklere for forbruker å forstå når og hvordan de enkelte Nutrilett-produktene skal brukes, ble serien i 2016 delt inn i tre ulike grupper: Get Started, Smart Meals og Snack Smart. Blant nyhetene som ble lansert, er snackbaren Smooth Caramel Biscuit og Quinoa Bar, en måltidsretter som er gluten- og laktosefri. Produktene er forbedret i form av flere naturlige ingredienser, færre kalorier og mindre sukker. For dem som trenger litt ekstra drøyt og råd, etablerte Nutrilett i 2016 Willpower, en lukket gruppe på Facebook for dem som ønsker veiledning, inspirasjon og tips som en hjelp på veien mot en sunnere livsstil. Tilbudet ble introdusert i hele Norden.



Merking som gjør det enklere å velge sunt

Gjennom tydelig og ærlig produktinformasjon kan kunder og forbrukere enkelt se hva Orklas produkter inneholder.

God og lett tilgjengelig informasjon om hva maten inneholder er en forutsetning for at forbrukerne kan ta sunne valg i butikk. Orkla har derfor utarbeidet en strategi for ernæringsmerking som gjelder for alle selskaper og produktkategorier. Implementeringen av disse retningslinjene startet i 2014, og er i 2016 fullt ut implementert i de aller fleste selskapene. Orklas strategi for ernæringsmerking går på enkelte områder lenger enn det myndighetene krever i sitt regelverk for merking av mat. Forbruker kan finne informasjon om ernæring og helse og enkeltprodukters næringsinnhold på selskapenes nettsider. Orkla-selskapene har også egne forbrukerservicetjenester som svarer på henvendelser og spørsmål via telefon, e-post, nettsider og Facebook. I 2016 etablerte Orkla en felles forbrukerservice for alle de norske selskapene for å bedre tilgjengeligheten på alle flater der forbruker forventer å komme i kontakt med Orklas merkevarer.

Abba Fiskpatrullen gjør det enklere å spise fisk



Ifølge undersøkelser spiser svensker for lite fisk. Mange vil gjerne spise fisk oftere, men tror det er tidkrevende og vanskelig å tilberede den.

Dette ønsket Orkla Foods Sverige å gjøre noe med, og etablerte derfor Abba Fiskpatrullen høsten 2016. Patruljen reiste rundt og besøkte svenske familier. Etter tips fra familiemedlemmer og kjente sjekket de hvordan det sto til med fiskeforbruket i husstanden, og demonstrerte hvor enkelt det er å tilberede gode og sunne fiskeretter i hverdagen. Med Abbas fiskepatrulje ønsket Orkla Foods Sverige å knuse noen av mytene om og inspirere til økt forbruk av fisk.



God og ansvarlig markedsføring av mat

Orkla er opptatt av ansvarlig markedsføring mot barn og unge, og har derfor en restriktiv praksis på dette området.

Orkla er engasjert i Matbransjens Faglige Utvalg (MFU) og ble i 2016 invitert til møte i DG Sante (Directorate General Health and Food Safety) i Luxembourg for å presentere arbeidet med ansvarlig markedsføring mot barn og unge. Innsatsen har blitt positivt lagt merke til av EU-kommisjonen, og Orkla fikk anerkjennelse for arbeidet som er gjort i Norge og for sin rolle i etableringen av det frivillige bransjesamarbeidet MFU. Orkla har vært medlem av MFU siden etableringen og sitter også i utvalgets styre.

Ansvarlig markedsføring i 2016

Selskapene har i 2016 ikke hatt noen saker knyttet til markedsføring av mat og drikke mot barn og unge. Det er rapportert inn én sak knyttet til bruk av påstander i markedsføringen av Orklas produkter i 2016 og to saker knyttet til avvik i merkingen av produkter. Orkla-selskapene har dialog med myndighetene og har gjennomført relevante endringstiltak.



Marcus og Olivia – en del av Orkla-familien



03 Mattrygghet og produktsikkerhet

Trygg mat gir trygge forbrukere

Trygg mat gjennom hele verdikjeden er avgjørende for at forbrukerne skal ha tillit til maten de spiser. Derfor har Orkla som ambisjon å være på nivå med de beste selskapene i verden innen mattrygghet.

Forbrukere er i økende grad opptatt av hva de spiser, hvor maten kommer fra og hvordan den fremstilles. At maten er trygg, er en grunnleggende forutsetning. Som ledende matvareleverandør er Orkla opptatt av gode mattrygghetsrutiner gjennom hele verdikjeden. Orkla stiller strenge krav til hvordan råvarene dyrkes, produseres og transporteres. I fremstillingsprosessen fra råvare til ferdigvare tilberedes maten i kontrollerte former, med riktig temperatur og med strenge krav til kvalitetssikring, før det endelige produktet finner veien til butikkhyllene.

Orklas hovedmål for arbeidet med mattrygghet frem mot 2020 er:

- Sørge for å ha en sterk mattrygghetskultur i alle Orklas selskaper og fabrikker.
- Alle fabrikker oppfyller kravene i Orklas mattrygghetsstandard.
- Alle leverandører oppfyller Orklas strenge krav til mattrygghet.
- Orkla skal intensivere arbeidet for trygge og sunne råvarer i hele verdikjeden, gjennom samarbeid med bønder og gode sporbarhetssystem.
- Orkla skal gjennom samarbeid med eksterne fagmiljøer styrke evnen til å håndtere nye risikoforhold i verdikjeden.

Orkla stiller samme krav til produktkvalitet uavhengig av i hvilket land produktet produseres eller selges.

Bærekraftsløfte, Orkla

Orklas tilnærming

Orkla Food Safety Standard (OFSS) er fundamentet for mattrygghetsarbeidet i Orkla, og sikrer et høyt og enhetlig nivå på alle konsernets fabrikker. Standarden bygger på den internasjonalt anerkjente standarden for trygg mat fra BRC (British Retail Consortium), og er videreutviklet av Orklas sentrale avdeling for mattrygghet for å dekke alle risikoforhold som er spesielt viktige for Orklas matvareproduksjon. Alle matvarer Orkla lanserer, har i utviklingsprosessen gjennomgått en grundig risikovurdering for å 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 mattrygghets-team. I tillegg insisterer Orkla på at alle leverandører skal overholde konsernets strenge retningslinjer for trygg råvareproduksjon.

Felles mattrygghetskultur gir trygge produkter

Orkla har god kontroll med mattrygghet i egen virksomhet. I takt med at Orklas mattrygghetsstandard har blitt strengere, har kompetansen på området økt ute i selskapene. OFSS-standarder er i 2016 introdusert for de nye selskapene

som er kommet inn i konsernet, og det er etablert egne prosjekter for å sikre nødvendige forbedringer i flere av disse selskapene. Et nytt felles dokumentstyrings-system er utviklet og implementert i flere selskaper, slik at det blir enklere å jobbe som «Ett Orkla» også innen dette området. Det er lagt planer for utvikling av felles systemer for å håndtere avvik og reklamasjoner.

I 2016 besøkte Orklas mattrygghetsrevisorer 57 fabrikker – fra produksjon av Grandiosa på Stranda til nyervervede Bioquelle, som produserer frokostblandinger og helseprodukter i Østerrike. Antall revisjoner er noe lavere enn i 2015, dels som følge av færre fabrikker, men hovedsakelig som følge av færre oppfølgingsrevisjoner og et stadig høyere nivå på fabrikkene. Orkla er svært nær målet om at alle fabrikker oppfyller konsernets krav til mattrygghet på høyeste nivå, med unntak av noen få fabrikker som følges tett opp for å sikre at forbedringer gjennomføres.

Trygge leveranser av råvarer

Orkla har et stort antall leverandører av råvarer over hele verden. En forutsetning for samarbeidet er at de oppfyller Orkla Supplier Code of Conduct og konsernets strenge krav til mattrygghet. Gjennom et felles system for godkjenning og oppfølging av leverandører sikrer Orkla at selskapene har verktøy og retningslinjer for å kunne foreta risikovurderinger og godkjenne og følge opp leverandører av råvarer, emballasje og leieproduserte ferdigvarer. Oppfølgingen av leverandører gjennom egenrevisjonsskjemaer og kontroller fra Orklas revisjonsteam sikrer høy bevissthet rundt viktigheten av gode mattrygghetsstandarder.

Nye risikoforhold i leverandørkjeden

Matsvindel er en voksende utfordring globalt. Som en del av arbeidet med å håndtere nye risikoforhold i verdikjeden inkluderte Orkla matsvindel som eget tema i OFSS i 2015, i tråd med de internasjonale mattrygghetsstandardene. Orklas selskaper er pålagt å gjøre en risikovurdering av råvarene som kommer inn til fabrikk. For å lette selskapenes arbeid med dette utviklet Orkla i 2016 en risikovurderingsmodell med verktøy for hver råvarekategori, som er tilgjengeliggjort for selskapene.

God beredskapshåndtering

Orkla har utarbeidet en beredskapsplan for å kunne håndtere uforutsette og uønskede hendelser på en god måte. I 2016 ble det holdt beredskapsøvelser for ledergruppene i fire utvalgte selskaper, med fokus på betydningen av god beredskapsforståelse, håndtering av en beredskapssituasjon og medietrening. I tillegg avholder den enkelte fabrikk årlige øvelser for å trene på ulike beredskapssituasjoner.

Orkla måler kontinuerlig utviklingen på beredskapssaker. Det har vært en positiv utvikling det siste året, med færre og mindre alvorlige rapporterte hendelser i 2016.

Trygg mat fra jord til bord

Orklas verdikjede for mattrygghet



Råvarer

Råvarespesifikasjon, risikovurdering, leverandørgodkjenning og -oppfølging.



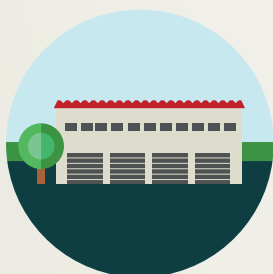
Transport

Kontroll av renhold, lukt, vedlikehold og ev. temperatur.



Mottakskontroll

Kontroll av råvarer, merking, emballasje og sertifikater.



Lager

Krav til hygiene, trygg oppbevaring og ev. temperatur.



Produksjon

I henhold til Orkla Food Safety Standard og HACCP.



Transport til kunder

Krav til renhold, lukt, vedlikehold og ev. temperatur.

Resultater 2016

Trygg matvareproduksjon	Enhet	2016	2015	2014
Revisjon av Orklas fabrikker	Antall fabrikker	57	76	83
Opplæring i mattrygghet - Deltakelse på Orkla Food Safety Training Course	Antall medarbeidere	12	17	21
Trygge leveranser av råvarer				
Oppfølging av leverandører gjennom egen- vurderingsskjemaer	Antall skjemaer	1 783	1 555	1 456
Risikovurderinger gjort av Orklas selskaper	Antall risikovurderinger	1 172	1 089	1 183
Leverandørrevisjoner	Antall fysiske revisjoner	306	307	216
Opplæring i leverandørrevisjon	Antall medarbeidere	23	20	17

Det er i tillegg gjennomført opplæring i HACCP, allergenhåndtering, beredskap og trygg emballasje.

Trygge kvalitetsprodukter

Trygge forbrukere er en hovedprioritet for Orkla. Derfor stilles det strenge krav til kvalitet og produksikkerhet når rengjøringsprodukter, tekstiler, malerverktøy og andre husholdningsprodukter utvikles.

På samme måte som i Orklas matproduksjon følger selskapene i Orkla Care strenge retningslinjer for produksikkerhet gjennom hele verdikjeden, fra innovasjon og produktutvikling til produksjon hos leverandør eller i egne fabrikker og helt frem til forbrukeren. Selskapene gjennomfører en vurdering av helse- og sikkerhetsaspekter ved produktene som en del av produktutviklingsprosessen. Arbeidet med forbrukersikkerhet er basert på et føre var-prinsipp, og selskapene jobber med å bytte ut ingredienser som kan ha en mulig negativ effekt på helse eller miljø.

Alle Pierre Robert Groups tekstilprodukter har vært gjenstand for en helse- og sikkerhetsvurdering. Det samme gjelder for vaskemidler og produkter til rengjøring og personlig pleie produsert av Orkla Home & Personal Care, sårpleieprodukter fra Orkla Wound Care og helseprodukter fra Orkla Health. Selskapene følger med på forskning på helserisiko ved råvarer som kan være relevant, og har restriktive retningslinjer for bruk av kjemikalier.

Veldokumenterte ingredienser

I utviklingen av vaskemidler og produkter til personlig pleie benytter Orkla Home & Personal Care kun veldokumenterte ingredienser som er tillatt i henhold til et strengt europeisk regelverk. Selskapet jobber kontinuerlig med å videreutvikle og forbedre produktene med tanke på helse og miljø. I perioden 2015–2016 har fokus vært på å erstatte parfymen

som kan fremkalle allergi, og å redusere bruk av omstridte konserveringsmidler.

Trygge plaster og førstehjelpsprodukter

Orkla Wound Care utvikler medisintekniske produkter under varemerker som Salvequick, Cederroth First Aid og Dr San til bruk på arbeidsplasser og i husholdningen. Produktene er fri for konserveringsmidler og kjente allergener, og testes for å sikre at de er trygge å bruke på huden. Lateks, som kan forårsake allergisk reaksjon hos enkelte mennesker, anvendes i limet i et lite antall produkter. For disse produktene har Orkla Wound Care startet et prosjekt for å erstatte latekslimet med alternativt lim. Alle selskapets produkter produseres i velkontrollerte prosesser som sikrer at produkter som selges, er trygge i bruk.

Trygge helseprodukter

Orkla Health jobber med å utvikle kosttilskudd og ulike helseprodukter. For å sikre at produktene er trygge i bruk og har godt dokumenterte effekter, har selskapet ca. 30 personer som jobber med kvalitet og regulatoriske spørsmål. Produkter for vektreduksjon utvikles i henhold til et strengt europeisk regelverk, og er nøye sammensatt, slik at forbrukere på en kalorirestriktiv diett kan føle seg trygge på å få et fullverdig kosthold. Sportsprodukter utvikles i henhold til internasjonale standarder for hva kroppen trenger under trening og konkurranse.



Foto: Pierre Robert Group



04 Ansvarlige innkjøp

Samarbeid for bærekraftige verdikjeder

Orkla er opptatt av å bruke råvarer som er produsert med omtanke for mennesker, dyr og miljø, og samarbeider aktivt med sine leverandører for å håndtere bærekraftsutfordringer i verdikjeden.

Befolkningsvekst og stadig mer merkbare klimaendringer gjør at presset på naturressursene øker. Jordbruks- og fangstmetoder som ikke er bærekraftige, fører til store sosiale og miljømessige utfordringer. Dette kan igjen påvirke prisen, tilgangen og kvaliteten på viktige råvarer. Bevisstheten om betydningen av bærekraftig råvareproduksjon øker fordi konsekvenser av klimaendringene blir stadig tydeligere. Mange forbrukere ønsker å bruke egen forbrukermakt til å bidra til en bærekraftig utvikling, og dette gir seg utslag i økt etterspørsel etter etiske produkter.

Orkla har over lang tid engasjert seg aktivt i samarbeid med sine leverandører for å løse bærekraftsutfordringer i verdikjeden. Målet er at alle viktige jordbruksprodukter og emballasje som konsernet bruker, skal være bærekraftig produsert – uten å føre til avskoging – innen 2020.

Orklas hovedmål for arbeidet med ansvarlige innkjøp frem mot 2020 er:

- Alle leverandører etterlever Orklas etiske leverandørkrav.
- Viktige jordbruksprodukter, animalske produkter, marine råvarer og emballasje skal være bærekraftig produsert.
- Bidra til langsiktig forbedring av levevilkårene for 10.000 bønder.

Arbeidet med ansvarlige innkjøp støtter opp under FNs globale bærekraftsmål: **SDG #2 ZERO HUNGER, SDG #8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH, SDG #14 LIFE BELOW WATER, SDG #15 LIFE ON LAND** og **SDG #17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS**

Orkla skal utvikle bærekraftige verdikjeder. I 2020 skal alle innkjøp følge Orklas prinsipper for bærekraftig produksjon.

Bærekraftsløfte, Orkla

Orklas tilnærming

Orkla samarbeider med leverandører over hele verden. Uavhengig av land er alle leverandører pålagt å etterleve konsernets etiske leverandørkrav og sørge for at produksjonen skjer i tråd med internasjonalt anerkjente krav til menneskerettigheter, arbeidsforhold, miljø og antikorrupsjon. Konsernets sentrale innkjøpsfunksjon gjør en årlig risikoscreening av alle direkte leverandører og en risikovurdering av alle nye leverandører. Potensielle risikoleverandører følges opp gjennom krav og dialog, og i noen tilfeller etisk revisjon. Risikoscreeningen gjennomføres ved hjelp av et egenutviklet verktøy som omfatter kriterier relatert til arbeidsforhold, miljø og antikorrupsjon. Verktøyet er forbedret i 2016. Den mer inngående vurderingen av risikoleverandører skjer basert på en standardisert metode utviklet av organisasjonen Sedex.

I tillegg er Orkla engasjert i bærekraftsutfordringer knyttet

til produksjonen av råvarer. I 2015-2016 har Orkla etablert tverrfaglige råvareteam som skal drive dette arbeidet. I samarbeid med selskapene gjennomfører teamene kontroll- og utviklingstiltak tilpasset utfordringene knyttet til hver enkelt råvare. Ansvarlige innkjøp er også tema i kompetanseprogram innenfor innkjøp og salg.

Det er etablert en styringsgruppe for arbeidet med ansvarlige innkjøp for å sikre god fremdrift. I tillegg gjennomfører Orklas konsernledelse en årlig evaluering av fremdriften i arbeidet, og beslutter hvilke aktiviteter som skal prioriteres kommende år.

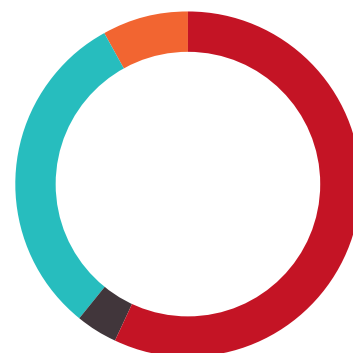
85 % av Orklas innkjøp kommer fra leverandører der risikoen for alvorlige brudd på Orklas etiske krav vurderes som lav. Ved utgangen av 2016 var 282 av Orklas leverandører registrert i Sedex. Gjennom revisjonene i 2016 er det identifisert avvik knyttet til utilstrekkelige rutiner for brannsikkerhet, avvik knyttet til lønn og kompensasjon for overtid, og mangel på styringssystemer. Det er ikke avdekket forhold som har ført til at samarbeid med leverandører er avsluttet. Orkla vil i 2017 øke innsatsen for å følge opp leverandører som har avvik, og andre risikoleverandører.

Innkjøp i Orkla

Verdien av Orklas samlede innkjøp i 2016 var 22.000 mill. kroner. Rundt 61 % av innkjøpene kommer fra lokale leverandører i de landene der Orkla har virksomhet. 61 % av innkjøpene kommer fra Norden og Baltikum, som er Orklas viktigste markeder. Orklas merkevarer selskaper kjøper råvarer, materialer og tjenester fra om lag 27.000 leverandører. 3.500 av disse representerer viktige leverandører målt i innkjøpsvolum.

Geografisk fordeling av innkjøp

● Norden	57 %
● Baltikum	4 %
● Øvrige Europa	31 %
● Øvrige verden	8 %



Resultater 2016

	Enhet	2016	2015
Etiske revisjoner	Antall	56	83
Avvik totalt	Antall avvik	200	184
Påvirkning på arbeidsforhold	Antall avvik	184	162
Påvirkning på menneskerettigheter	Antall avvik	4	3
Øvrige avvik	Antall avvik	12	19
Utbedrede avvik	Antall avvik	30	41
Intern kompetansebygging			
Opplæring	Antall timer	653	540
Deltagelse på opplæring	Antall medarbeidere	325	198

Bærekraftige råvarer

Produksjon av råvarer som fisk og sjømat, palmeolje og kakao kan innebære store sosiale og miljømessige utfordringer. Orkla jobber derfor aktivt med forbedringstiltak i verdikjeden for disse råvarene.

For Orkla starter god mat med gode og bærekraftig produserte råvarer. Enkelte av råvarekjedene er imidlertid forbundet med risiko blant annet knyttet til barnearbeid og andre alvorlige brudd på menneskerettigheter og miljø. Derfor har Orkla over lang tid engasjert seg i dialog og samarbeid med leverandører som er involvert i forbedringsprosjekter. Blant risikoråvarene, er kakao, palmeolje, fisk og sjømat, animalske råvarer, nøtter og frø, frukt og bær, grønnsaker og emballasje.

Hovedfokuset for Orklas arbeid i 2017 vil være å sørge for god etablering av konsernets ulike råvareteam og fortsette implementeringen av planene for bærekraftig råvareproduksjon. Som et ledd i å redusere miljøpåvirkningen vil Orkla utarbeide prinsipper for bærekraftig jordbruksproduksjon. Orkla vil fortsette arbeidet med å implementere sin policy for avskogingsfrie leverandørkjeder samt utvikle og implementere en ny policy for dyrevelferd.

Orkla støtter ulike sertifiseringsordninger og deltar aktivt i bransjeinitiativ der både selskaper, myndigheter og ekspertorganisasjoner er involvert. Gjennom dette vil Orkla bidra til å etablere god bransjepraksis for ansvarlige innkjøp. Blant aktørene Orkla samarbeider med, er Initiativ for etisk handel (IEH), AIM-PROGRESS, Sedex og Round Table on Sustainable Palm Oil (RSPO).

Støtter sertifiseringsordninger

Orkla har tro på at merkeordninger er et godt verktøy for å sikre arbeidstakerrettigheter og minimere negativ miljøpåvirkning. Samtidig gjør de ulike sertifiseringsmerkene det enklere for forbrukere å velge produkter som bidrar til en bærekraftig utvikling. Orkla støtter derfor flere merkeordninger. Blant merkene som benyttes på flere av Orklas produkter, er:



Bærekraftig fisk og sjømat

Havet dekker 71 % av jordens overflate og er hjem for langt flere arter enn de som lever på land. Å forvalte havressursene på en bærekraftig måte som sikrer et levedyktig arts mangfold er vårt felles ansvar.

Ifølge FNs ekspertgruppe for havmiljø er overfiske og ødeleggelser av leveområder for marine arter blant hovedtruslene mot livet i havet. I tillegg forventes det at menneskeskapte klimaendringer vil påvirke fiskebestanden og skape store endringer i havets økosystemer.

Orkla har over lang tid engasjert seg i initiativ for å verne om havmiljøet, og samarbeider med globale miljøordninger for å sikre at råvarene i fiskeproduktene er bærekraftig fisket. Flere av Orklas selskaper lager produkter som har sin opprinnelse fra havet. Blant kjente merkevarer er Stabbur-Makrell, Abba, Kalles og Möller's Tran.

Orkla har etablert et sentralt team for marine råvarer som støtter selskapene i å utvikle planer for bærekraftig fiske. I tillegg til å kjøpe sertifiserte råvarer, gjennomfører teamet en årlig bestandsvurdering og oppfølging av Orklas leverandører.

Orkla Foods Sverige har i 2016 etablert et system som sikrer sporbarhet tilbake til båt for tunfisk, og har gjennomført revisjoner av thailandske tunfiskleverandører.

Resultater 2016

Orkla Foods andel marine råvarer fra MSC sertifisert fiskeri har økt fra 75 % i 2015 til 81 % i 2016. 192 produkter er MSC-sertifisert. Blant merkene som benytter 100 % MSC-sertifiserte marine råvarer, er Abba, hele Kalles Kaviar-sortimentet og Boy, og sildeprodukter fra Ahti og Vesta.

Mål

I 2017 blir hele tunfisksortimentet fra Abba MSC-sertifisert. Orkla Foods Sverige målsetter at all fisk og skaldyr som selges under selskapets varemerker skal være MSC- og/eller ASC-sertifisert senest i 2020.



Abba tilbyr full sporbarhet på tunfisk

Fra januar 2017 kan svenske forbrukere som kjøper tunfisk på boks fra Abba, selv spore hvor tunfisken kommer fra, og lære seg mer om fisken og hvordan den er fanget. De kan til og med få vite navnet på kapteinen på båten som fisket den. Takket være et unikt samarbeid med organisasjonen Pacifical, som jobber for bærekraftig fangst av tunfisk, kan Orkla Foods Sverige fra og med 2017 tilby full sporbarhet for tunfisk. Ved hjelp av en kode som er trykket på lokket på hver tunfiskboks fra Abba, kan forbrukeren med noen enkle klikk på nettsiden abba.se spore tunfisken fra kapteinen på fiskebåten og helt frem til butikkhyllen. Samarbeidet innebærer også at hele tunfisksortimentet fra Abba vil bli MSC-sertifisert. Gjennom å velge MSC bidrar Orkla Foods Sverige til å sikre en bærekraftig fremtid for havet og fiskeriindustrien.

Hele Kalles Kaviar-sortimentet er miljømerket

Gjennom å MSC-merke hele sortimentet av Kalles Kaviar vil Orkla Foods Sverige bidra til bærekraftig fiske og gjøre det enkelt for forbruker å ta valg som er bra for miljøet. Kalles Kaviar Original har vært MSC-merket siden 2013. Gjennom tre års nært samarbeid med leverandører og underleverandører, har Orkla Food Sverige nå lykkes med å MSC-merke alle åtte variantene av Kalles Kaviar. MSC-merket betyr at alle deler av matvarekjeden er sertifisert. Fiskeingrediensene som benyttes i produktene stammer fra en miljømerket bestand som er fisket fra en sertifisert båt og produsert på en måte som ikke skader havmiljøet.

Les mer om
MSC på www.msc.org.



Engasjement for å hindre avskoging

Avskoging står for 10-15 % av de globale klimagassutslippene. Ved å engasjere seg aktivt i egne leverandørkjeder kan Orkla gjøre en viktig forskjell.

For å bidra til å bevare regnskogen og kjempe mot klimaendringer etablerte Orkla i 2015 en policy for null avskoging. Orkla målsetter at alle viktige jordbruksprodukter og emballasje som konsernet bruker, skal være bærekraftig produsert – uten å føre til avskoging – innen 2020.

I analysen «Forest 500» som ble offentliggjort i desember 2016, fremhevet den britiske tenketanken The Global Canopy Programme Orklas policy for null avskoging. Analysen omfattet 500 selskaper, finansinstitusjoner og land som har makt til å stanse avskogingen i verden, og rangerte deres arbeid. Orkla var blant selskapene som fikk toppscore i analysen.

Orkla har gjennom 2016 hatt en aktiv dialog med sine interessenter, blant dem Greenpeace. Det har gitt gode innspill til arbeidet mot avskoging. Orkla og Greenpeace holdt et felles innlegg på Global Compacts nordiske nettverkskonferanse, og ønsket med dette å inspirere flere selskaper til å innføre en policy mot avskoging, med tydelige mål.

Økt innsats mot palmeolje

Orkla har i 2016 gjennomført flere tiltak for å redusere risikoen for avskoging i forbindelse med produksjon av kakao, soya, papp og papir. Den av Orklas råvarer som representerer størst risiko for avskoging er likevel palmeolje, og det har derfor vært rettet særlig innsats mot denne.

Orkla har en todelt strategi for arbeidet med palmeolje. Selskapene jobber aktivt med å redusere bruken av palmeolje og sørge for at den palmeoljen som brukes, er sporbar og

bærekraftig produsert, senest innen utgangen av 2017.

Palmeoljefrie merkevarer

De nordiske selskapene i Orkla Foods og Orkla Confectionery & Snacks har i stor grad erstattet palmeolje med sunnere alternativ som ikke bidrar til tropisk avskoging. I perioden fra 2008 til 2016 har de redusert forbruket av palmeolje med ca. 90 %. Flere av selskapene har en reduksjon på nær 100 %.

I 2016 har Orkla Confectionery & Snacks fjernet palmeolje i flesteparten av sine kjeksprodukter, deriblant Ballerina, Singo-alla og Brago. Orkla Foods Sverige har erstattet palmeolje med rapsolje i Paulüns Granola. Palmeolje er også fjernet fra Ekströms Vaniljsås og Frödinge Kladdkaka og Morotskaka. Det store flertallet av Orklas matvarer, kjeks, snacks og godterier i det nordiske dagligvaremarkedet er nå fri for palmeolje. Orklas totale innkjøp av palmeolje er redusert med ca. 20.600 tonn siden 2008, hvorav ca. 900 tonn i 2016.

Bærekraftig palmeoljeproduksjon

For Orkla Food Ingredients, Orkla Home & Personal Care og merkevarer selskaper utenfor Norden er palmeolje og palmebaserte derivater fortsatt viktige råvarer. Selskapene har mobilisert på bred front for å øke andelen RSPO-sertifisert olje. Sertifiseringer reduserer risikoen for avskoging og annen uønsket praksis. Orklas hovedleverandører har dessuten iverksatt en rekke tiltak for å følge opp sine underleverandører, forhindre og slukke branner og bidra til bærekraftig dyrking. Gjennom disse tiltakene er Orkla godt på vei mot målet om 100 % bærekraftig produsert palmeolje innen utgangen av 2017.

Bærekraftig kakaodyrking

Barnearbeid er én av flere utfordringer i kakaoproduksjonen. Orkla jobber for en bærekraftig kakaodyrking i samarbeid med UTZ Certified.

Små kakaogårder i Vest-Afrika står for nær 70 % av verdens kakaoproduksjon. Det er flere utfordringer knyttet til denne produksjonen, blant annet kan det være risiko for barnearbeid og helse- og sikkerhetsfare for arbeidere, og risiko for avskoging.

Kakao er en viktig råvare i Orklas sjokoladeproduksjon. Orkla produserer sjokolade i Norden og Baltikum og målsetter at all kakao som konsernet kjøper, skal være bærekraftig produsert innen 2020.

Orkla ønsker å redusere risikoen for barnearbeid og annen uakseptabel praksis, og bidra til å bedre kakaobøndernes inntektsmuligheter og levekår. Konsernets selskaper er engasjert i bærekraftig kakaodyrking, blant annet gjennom kjøp av sertifisert kakao gjennom UTZ Certified, som er verdens største uavhengige sertifiseringsprogram for kakao. Gjennom sertifiseringsordningen jobbes det blant annet med å sikre at kakaobønderne lærer lønnsomme arbeidsmetoder, og at barn får mulighet til å gå på skole.

Resultater 2016

I 2016 utgjorde andelen UTZ-sertifisert kakao 59 % av Orklas totale innkjøp av kakaoråvarer, mot 42 % året før. Rundt 400 Orkla-produkter er UTZ-merket. Blant merkene som benytter 100 % UTZ-sertifisert kakao, er Nidars sjokolade (Stratos, Troika, Smash! og en rekke andre merker), påleggsmerkene Nugatti og Sjokolade, sjokolade fra finske Panda og all sjokolade fra estiske Kalev.

Mål

Hele TORO-porteføljen med bakemikser og sjokoladedrikke, vil gå over til UTZ-sertifisert kakao i 2017. Orkla Food Ingredients-selskapet Sonneveld har som mål kun å kjøpe UTZ-sertifiserte kakaoprodukter i 2017.



Gjør økologisk bomull tilgjengelig for folk flest

Tekstilbransjen er en bransje med komplekse utfordringer, men også med store muligheter til forbedring. Som Norges ledende undertøysleverandør ønsker Orkla-selskapet Pierre Robert Group å gå foran som et godt eksempel.

Pierre Robert Group (PRG) har jobbet med ansvarlige innkjøp i en årrekke, og har blant annet vært medlem av Initiativ for etisk handel siden 2005. Gode, langsiktige forhold til leverandørene skaper grunnlag for samarbeid og forbedring, og PRG har jobbet med mer enn en tredjedel av leverandørene i 11 år eller lenger. Alle leverandørene blir screenet etter etiske, sosiale og miljømessige kriterier, og fulgt opp via rapportering, eksterne revisjoner og personlige besøk. Alle Pierre Robert-plagg er merket med opprinnelsesland, og selskapet er åpen om hvor plaggene er produsert og av hvem, med blant annet et interaktivt kart på pierrerobert.no og åpne leverandørlistor.

I 2015 utarbeidet selskapet en helhetlig bærekraftsstrategi,

og har basert på denne gjennomført en rekke tiltak i 2016. Ett av fokusområdene er overgang til mer bærekraftige tekstilfibre. I 2016 gikk PRG over til GOTS-sertifisert økologisk bomull i bestselgeren Cotton Boxer til kvinner, i tillegg til i Cotton High Waist. Med dette blir økologisk bomullsundertøy tilgjengelig i alle landets dagligvarebutikker fra og med januar 2017. Med salgstall på over 400.000 truser i året gir dette en betydelig effekt. PRG valgte å bli hos sine eksisterende leverandører og hjelpe dem igjennom sertifiseringsprosessen for GOTS, og på den måten bidra til ytterligere forbedringer i bransjen.

Alle Pierre Robert-plagg i økologisk bomull er merket med et GOTS-lisensnummer, som er sporbart på global-standard.org.

GOTS – Global Organic Textile Standard

GOTS står for Global Organic Textile Standard og er en internasjonal, anerkjent sertifiseringsordning for økologiske tekstiler. GOTS er unik ved at den stiller sosiale krav så vel som miljøkrav til hele verdikjeden, også hos underleverandører.

GOTS-merket garanterer at:

- Minst 70 % av materialet består av økologiske fibre; Pierre Robert ligger på 92 %
- Bomullen er dyrket uten kjemiske sprøytemidler og kunstgjødsel, og ikke er genmodifisert
- Vannforbruket reduseres med opptil 90 % i forhold til konvensjonell bomull, og at det stilles strenge krav om avløpsrensing og deponering
- Plagget er bleket med oksygen og ikke klor
- Farlige kjemikalier, tungmetaller og lignende er forbudt
- Emballasjen ikke inneholder PVC, og at papp/papir enten er laget av resirkulert papp eller er FSC/PEFC-sertifisert
- Sosiale krav er ivarettatt for å beskytte bønder og arbeidere
- Alle produksjonsledd har blitt kontrollert av en nøytral tredjepart
- Plagget er sporbart ned til hvert enkelt ledd

Les mer på www.global-standard.org





Olivia – en del av Orkla-familien



05 Miljø

Felles ansvar for miljøet

De globale klimaendringene er et felles samfunnsansvar. Orkla er opptatt av å ta sin del av ansvaret og jobber aktivt for å minimere sitt miljøfotavtrykk i alle ledd i verdikjeden.

De globale klimaendringene er uten tvil den største miljøutfordringen verden står overfor. Produksjon og forbruk av mat står for en fjerdedel av klimagassutslippene og er en av hovedkildene til vannforbruk. Kombinasjonen av klimaendringer, befolkningsvekst og ikke bærekraftige produksjonsmetoder skaper et press på mange matråvarer og naturressurser. Dette fordrer effektiv ressursutnyttelse og utvikling av produkter med redusert miljøfotavtrykk.

Orkla har en ambisjon om å bidra til togradersmålet ved å ta sin andel av reduksjonen i klimagassutslipp. Ved å redusere energi- og vannforbruk i egen virksomhet, øke andelen fornybar energi, forhindre matavfall, bidra til å løse miljøutfordringer i leverandørkjeden og utvikle produkter og emballasje med lavere miljøpåvirkning, kan Orkla gjøre en betydelig forskjell. Dette er viktig både for miljøet og Orklas lønnsomhet.

Orklas hovedmål for miljø frem mot 2020:

- Utvikle mer miljøvennlig emballasje og produkter med redusert miljøfotavtrykk
- Redusere klimagassutslipp og energi- og vannforbruk med 20 %
- 30 % mindre avfall
- Null produksjonsavfall til deponi
- Mer effektive transportløsninger

Arbeidet med miljø støtter opp under FNs globale bærekraftsmål: **SDG #12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION** og **SDG #13 CLIMATE ACTION**.

Orkla skal minimere sitt miljøfotavtrykk ved å sikre at konsernets aktiviteter og produkter ikke gjør skade på miljøet.

Bærekraftsløfte, Orkla

Orklas tilnærming

Orkla har en enhetlig standard for helse, miljø og sikkerhet (HMS) med retningslinjer som gjelder for alle forretningsområder og selskaper, og gjennomfører opplæring i denne. Bevissthet og engasjement blant egne medarbeidere er en viktig forutsetning for å lykkes med miljøtiltak. Miljøarbeidet knyttet til innkjøp, logistikk og produksjon drives av Orklas sentrale driftsorganisasjon Orkla Operations. Arbeidet med å redusere miljøpåvirkningen gjennom produktutvikling og forbrukerpåvirkning er organisert i selskapene, som også har et helhetsansvar for selskapenes miljøarbeid. Selskapene har utarbeidet tiltaksplaner for å nå miljømålene. Nøkkelindikatorer for miljø følges opp av ledelsen på alle nivåer. Orklas sentrale HMS-funksjon gjennomfører regelmessige interne miljørevisjoner, og evaluerer konsernets systemer og rutiner.

Orkla har en systematisk tilnærming til miljøarbeidet og

utarbeider årlig et miljøregnskap som viser endringene i selskapenes miljøpåvirkning. Siden 2008 har Orkla rapportert miljøinformasjon til investorinitiativet CDP.

Orkla hadde god fremdrift i miljøarbeidet i 2016, og det har ikke vært alvorlige formelle klager eller saker knyttet til brudd på miljøregelverk

Klimapåvirkning

Klimagassutslippene fra Orklas egen matvareproduksjon er begrenset. Den største påvirkningen kommer i råvareproduksjonen og forbruksleddet. Andre kilder er produksjon av emballasje og transport. Utslippene fra Orklas fabrikker er hovedsakelig til luft, fra fossil energi som brukes til å produsere strøm og varme.

For å dele bestep praksis knyttet til energieffektivisering og reduksjon av vannforbruk, utarbeidet Orkla i 2015 et sentralt energiinitiativ som en del av programmet «Improved Resource and Energy Efficiency». Flere av Orklas fabrikker har i 2016 gjennomført en kartlegging av potensialet for energibesparelser. Ca. 80 % av selskapene har gjennomført forbedringstiltak knyttet til energi, i form av utstørsforbedringer, redesign av prosesser, endret adferd og operasjonelle endringer. Mange av selskapene har oppnådd reduksjoner i energiforbruk ved å gå over til LED-belysning. Blant andre viktige tiltak i 2016 er optimalisering av energikrevende prosesser og investeringer i nytt og mer energieffektivt produksjonsutstyr. Orkla Foods Sverige har gått over til 100 % fornybar elektrisitet i sine fabrikker gjennom kjøp av opprinnelsesgarantier*, og reduserer med dette CO₂-utslippet med 20 %. Orkla-selskapet Jästbolaget har ved å bytte ut fossil fyringsolje med miljøvennlig bioolje, redusert CO₂-belastningen fra produksjonen med ca. 96 %. Gjennom Orklas kraftvirksomhet Hydro Power produserte Orkla i 2016 2,4 TWh energi fra vannkraft.

Orklas klimagassutslipp har utviklet seg positivt i 2016, ved at de er redusert til tross for både høyere aktivitet og nye fabrikker. Det er igangsatt tiltak for energieffektivisering ved mange fabrikker, og utslippene knyttet til fossilt brensel er

Mindre matsvinn i produksjonen

Orkla er opptatt av å sørge for topp produktkvalitet til enhver tid. For Grandiosa handler det om rett form og størrelse på bunnen, og at riktig mengde saus og topping er fordelt som det skal på pizzaen. Under produksjonen av Grandiosa-pizza kan derfor ost og pizzabunner gå til spille. Gjennom å bedre produksjonsrutinene og maskininnstillingene, og øke bevisstheten rundt matsvinn hos fabrikkteamet, er matsvinnet redusert med ca. 40 tonn i 2016.



redusert som følge av lavere forbruk. I tillegg skjer det også en endring med overgang til mer fornybar energi for produksjon av elektrisk energi i Norden og Europa som har gitt en positiv effekt i 2016.

Effektiv ressursutnyttelse

Rundt 25-30 % av all mat som produseres blir ikke spist, og matsvinn er ett av de av store bidragene til verdens miljøutfordringer. Orkla er opptatt av å bidra til at det kastes mindre mat, og jobber kontinuerlig med å bedre råvareutnyttelsen, øke produksjonsutbyttet og redusere matavfallet. Målet er at fabrikkene i konsernet skal redusere matsvinnet med 30 % innen 2020. I 2017 vil Orkla utarbeide en helhetlig plan for reduksjon av matavfall i verdikjeden.

Knapphet på ferskvann skaper store og økende utfordringer i mange deler av verden. Med unntak av indiske MTR Foods er Orklas virksomheter lokalisert i områder med lav til middels risiko for vannmangel. Reduksjon av vannforbruket representerer likevel en mulighet for kostnadsreduksjon. For å nå målet om 20 % reduksjon i vannforbruket innen 2020, inngår vann i det interne programmet «Improved Resource and Energy Efficiency». Hovedfokus for arbeidet i perioden 2016-2017 er intern bevisstgjøring og å etablere systematisk måling og oppfølging av det interne vannforbruket. MTR Foods har i 2016 investert i utstyr for rensing og resirkulering av avløpsvann til bruk i produksjonen av damp. Dette har redusert det daglige vannforbruket med 20.000 liter, og er et viktig tiltak på vei mot selskapets ambisjon om å bli selvforsynt med vann.

For en del av de råvarene konsernet kjøper kan tørke føre til reduserte avlinger og økte råvarekostnader. Orkla følger råvaresituasjonen nøye, og jobber systematisk for å redusere den kommersielle eksponeringen for slik risiko. Blant annet har Orkla flere, alternative leverandører av viktige råvarer. Orkla krever at alle leverandører har gode rutiner for å forhindre utslipp og unngå unødvendig vannforbruk. Konsernet vil fremover øke innsatsen for å følge opp vannforbruk og andre viktige miljøtemaer overfor leverandørene.

Produkter med miljøgevinst

Orkla kan bidra til å redusere miljøpåvirkningen fra egne produkter gjennom gode valg av emballasje, råvarer og produktdesign. Lanseringen av Jordan Ren Universalklut, en miljøvennlig og komposterbar klut basert på 100 % regenerert cellulose, og høykonsentrert Milo ullvask er eksempler på dette.

Pierre Robert Group er opptatt av å bruke bærekraftige materialer, og har blant annet erstattet viskose med naturmaterialiet Tencel® i flere produkter. Tencel utvinnes av tremasse fra bærekraftig skogsdrift, og regnes for å være ett av de mest miljøvennlige tekstilmaterialene. Blant annet er vannforbruket i produksjonen av Tencel 10-20 ganger lavere enn for viskose. Lilleborg utvikler produkter for profesjonell rengjøring som gjør det mulig å redusere vannforbruket hos kundene. Økonomisering med vann er også et viktig tema i Lilleborgs kursvirksomhet.

*Opprinnelsesgarantier er en merkeordning for elektrisitet for å vise at en mengde kraft er produsert fra en spesifisert energikilde som er fornybar. Ordningen ble innført med EUs første fornybardirektiv (Direktiv 2001/77/EC) i 2001 for å gi forbrukere et valg mellom fornybar kraft og ikke-fornybar kraft.

Brødrester blir til ny bakst

Nederlandske Sonneveld har tidligere utviklet et produktkonsept som gjør at bakere kan gjenbruke gammelt brød i ny surdeig. Gjennom en ny felles studie initiert av Orkla Food Ingredients' innovasjonssenter, har Sonneveld og flere andre aktører i bakeriindustrien undersøkt om returbrød fra supermarkedene kan brukes i ny bakst. Resultatene viser at en tredjedel av alt brød som sendes i retur, kan benyttes til baking av nye brød gjennom gjæring. BakeFive Bakeries, Wageningen University og Retailer Jumbo var blant deltagerne i prosjektet, som ble kalt «Bread Sin».



Miljøtiltak for vaskemidler

Orkla Home & Personal Care har de siste årene introdusert en ny generasjon konsentrerte tøyvaskemidler som har gitt betydelige miljøbesparelser. Konsentrert flytende OMO og Blenda ble lansert i 2015, og i 2016 ble også Milo lansert i konsentrert form. I løpet av de to årene produktene har vært på markedet er forbruket av kjemikalier i vaskemidlene redusert med ca. 400 tonn som resultat av den lavere doseringen. Forbruket av plastemballasje er redusert med 435 tonn som følge av mindre flasker, noe som tilsvarer en reduksjon i klimagassutslipp på 1.000 - 1.500 tonn CO₂-ekvivalenter.

Emballasje med redusert miljøfotavtrykk

Mange forbrukere er opptatt av at produktene de kjøper skal ha en miljøvennlig emballasje. Orkla har i 2016 utviklet en modell for arbeidet med bærekraftig emballasje.

Ett av Orklas bærekraftsmål er å utvikle mer miljøvennlig emballasje og produkter med redusert miljøfotavtrykk. Orkla har i 2016 utarbeidet en modell for arbeidet med bærekraftig emballasje, som definerer fem viktige dimensjoner. Disse er Rethink, Reduce, Replace, Recycle og Reuse. Dimensjonene reflekterer hvilke aktiviteter Orkla mener er viktig innen de respektive kategoriene for å oppnå mer bærekraftig emballasje.

Rethink handler både om å utvikle nye og innovative emballasjeløsninger, og om å engasjere forbrukeren på nye måter for å sikre en bærekraftig håndtering av den brukte emballasjen. Eksempler er nye materialer, former og format som bidrar til en betydelig reduksjon i emballasjens miljøfotavtrykk.

Reduce handler om å redusere materialmengden som brukes, se på muligheter for å fjerne deler av emballasjen, og designe den på en måte som fører til mindre produktavfall og mindre emballasje. Nye emballasjedesign kan også gi mer effektiv transport med tilhørende redusert karbonfotavtrykk.

Reuse handler om å utvikle smarte refill-løsninger, utforske nye muligheter for å bruke disse og gjenbruke sekundæremballasjen. Det kan også bety å introdusere emballasje som forbruker kan gjenbruke til andre formål.

Recycle handler om å velge emballaseløsninger som gjør det enklere for forbruker å resirkulere og bruke høyest mulig andel resirkulerte materialer når det er fornuftig ut ifra hensynet til mattrygghet og miljø.

Replace handler om å ikke bruke emballasje som er knyttet til tropisk avskoging eller annen uakseptabel produksjonspraksis. Det kan også være å bytte ut materialer basert på fossile kilder med fornybare alternativer.

Viktigheten av hver enkelt dimensjon avhenger av type emballasje, kategori og land.

Sirkulær økonomi

Økt grad av resirkulering og gjenbruk er essensen i sirkulær økonomi. I en sirkulær økonomi forblir de materielle ressursene i det økonomiske kretsløpet gjennom gjenvinning, ombruk, reparasjon og forbedring. Det gir nye forretningsmuligheter der lønnsomheten i mer effektiv ressursbruk driver utviklingen.



Resultater*

GRI-ref.		Enhet	2016	2015	2014
Ressursforbruk					
	Materialer				
G4-EN1	- Råmaterialer	Tonn	977 250	928 800	975 300
G4-EN1	- Emballasje	Tonn	99 000	92 000	107 350
G4-EN1	- Emballasje fra fornybare materialer	%	46		
G4-EN2	- Andel resirkulert emballasje	%	53		
	Energi og vann:				
G4-EN3	- Egenprodusert, fornybar energi solgt	GWh	2 490	2 250	2 570
	- Energiforbruk totalt	GWh	869	848	841
G4-EN3	- Energiforbruk - fossilt brensel	GWh	430	442	417
G4-EN3	- Energiforbruk - innkjøpt	GWh	421	391	397
G4-EN3	- Energiforbruk fra fornybare ressurser (scope 1)	GWh	22	13	27
G4-EN5	- Energiforbruk pr. årsverk	MWh/årsverk	49	58	56
G4-EN5	- Energiforbruk pr. omsetning	MWh/mill. NOK	23	26	28
G4-EN8	- Totalt vannforbruk	Mill. m ³	6,8	6,0	6,4
G4-EN10	- Vann - resirkulert	Mill. m ³	1	1	1
G4-EN10	- Vann - resirkulert	%	14,1	15,1	14,2

Utslipp

	Utslipp til luft				
G4-EN15	- Klimagassutslipp (GHG) scope 1	tCO ₂ e	89 940	106 880	94 320
G4-EN16	- Indirekte klimagassutslipp (GHG) scope 2	tCO ₂ e	54 050	52 750	61 990
G4-EN18	- GHG (S1+S2) pr. årsverk	tCO ₂ e/årsverk	8	11	10,4
G4-EN18	- GHG (S1+S2) pr. omsetning	tCO ₂ e/mill. NOK	3,8	4,8	5,3
G4-EN21	- Svoveldioksid	Tonn	90	104	101
G4-EN21	- Nitrogenoksid	Tonn	16	34	40
	Utslipp av vann				
G4-EN22a	- Intern behandling	Mill. m ³	0,8	0,9	1,6
G4-EN22A	- Ekstern behandling	Mill. m ³	2,5	2,6	2,9
G4-EN22a	- Direkte til omgivelsene (vann)	Mill. m ³	2,2	2,0	2,0
	Utslipp til vann				
G4-EN22b	- BOF	Tonn	4 250	4 350	4 380
G4-EN22b	- KOF	Tonn	3 070	2 820	5 110

Avfall

G4-EN23	- Organisk	Tonn	82 820	77 530	84 000
G4-EN23	- Ikke farlig avfall - sortert	Tonn	11 600	11 310	11 530
G4-EN23	- Ikke farlig avfall - blandet	Tonn	8 960	8 020	8 390
G4-EN23	- Farlig avfall	Tonn	160	160	240

*Tallene for 2014 og 2015 er justert som følge av informasjon fremkommet etter rapporteringstidspunktet. Tallene for 2016 er foreløpige og vil iles våren 2017 bli verifisert av CO2-focus, og endelige tall rapporteres til CDP i juni 2017



Benny og Heidi – en del av Orkla-familien

06 Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet

Trygge arbeidsforhold for alle

Et trygt og sunt arbeidsmiljø er en grunnleggende rettighet for alle arbeidstakere. Orklas ambisjon er å drive virksomheten med null skader.

Orkla har som arbeidsgiver ansvar for å sikre et godt arbeidsmiljø der medarbeidernes helse og sikkerhet blir ivaretatt.

Orkla stiller samme krav til arbeidsmiljø, helse og sikkerhet i alle de landene der konsernet har virksomhet.

Bærekraftsløfte, Orkla

Orklas tilnærming

Orklas ambisjon er å drive virksomheten med null skader. Dette skal oppnås gjennom god styring av risiko, systematisk arbeid med å forebygge skader og arbeidsrelaterte sykdommer, og involvering av alle ansatte.

I tråd med Orklas styringsstruktur har hvert enkelt selskap et selvstendig ansvar for sitt HMS-arbeid. De overordnede kravene som stilles til selskapene, er gitt i Orklas HMS-policy. Orkla har en felles HMS-standard og detaljerte retningslinjer for arbeidet med arbeidsmiljø, helse og sikkerhet. Disse gjelder alle forretningsområder og virksomheter, og skal sikre kontroll og kontinuerlig forbedring. Den enkelte virksomhet skal utarbeide mål og aktivitetsplaner, etablere systemer og kontrollrutiner, gjennomføre tiltak og rapportere om sine HMS-aktiviteter. Det er et grunnleggende prinsipp at HMS-arbeidet skal være forebyggende. Risikovurderinger er derfor et nøkkelement, og alle enheter i Orkla skal gjennomføre slike tiltak. Risikoanalysen danner grunnlaget for tiltak som må iverksettes, og skal hjelpe virksomhetene i forbedringsarbeidet gjennom å prioritere de viktigste tiltakene og etablere gode handlingsplaner.

Orkla har et internt nettverk av fagpersoner innenfor HMS. Samarbeid og erfaringsutveksling er en viktig del av forbedringsarbeidet, og nettverket bidrar til implementeringen av HMS-standardene. Det forventes at alle ledere har et sterkt engasjement i HMS-arbeidet, og at alle medarbeidere får relevant opplæring og blir engasjert i HMS-aktiviteter på arbeidsplassen. I 2016 er det gjennomført ca. 21.200 timer organisert HMS-opplæring for om lag 6.500 ansatte i regi av konsernet og selskapene.

Orklas fabrikker følges opp gjennom interne HMS-gjennomganger. Hensikten er å bidra til læring gjennom systematisk observasjon og tilbakemelding. I perioden 2015-2017 er det gjennomført en slik HMS-gjennomgang ved alle Orklas fabrikker. HMS-arbeidet følges opp på selskaps- og forretningsområdenivå gjennom rapportering av status i ledergruppene samt i konsernledelsen og Orklas styre.

Sikkerhet

Det har i 2016 vært få arbeidsuhell i Orklas virksomhet som har medført alvorlig personskade. De fleste skadene skyldes kutt, klem i maskiner eller fall fra lav høyde. Sakene er fulgt

opp i det respektive selskap. 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. Alle selskaper og fabrikker gjennomfører risikoanalyser som bl.a. omfatter vurdering av prosesser og nye rutiner, sikker bruk av maskiner og arbeidsforhold.

Både ulykker og nestenulykker rapportert i 2016 viser at det skadeforebyggende arbeidet fortsatt må ha full oppmerksomhet i alle deler av organisasjonen. Orkla oppnådde en H1-verdi (antall personskader med fravær pr. million arbeidstimer) på 5,4 i 2016 og en H2-verdi (antall personskader med fravær, behov for medisinsk behandling eller arbeidsbegrensning pr. million arbeidstimer) på 10,8. Det har vært en reduksjon i skader sammenlignet med 2015. Selv om antall arbeidsulykker i Orkla ikke er på et tilfredsstillende nivå, har mange selskaper hatt en positiv utvikling gjennom 2016. Flere av selskapene har ikke registrert noen skader med fravær i løpet av året. Resultatene 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. Dette arbeidet vil fortsette i 2017.

Arbeidsmiljø og helse

En helsefremmende arbeidsplass er viktig for hver enkelt medarbeider. Friske medarbeidere påvirker arbeidsmiljøet positivt og er nødvendig for å oppnå gode økonomiske resultater. Orkla ønsker at samtlige selskaper etablerer prinsipper for helsefremmende arbeidsplasser, og at prinsippene er tilpasset forholdene i det enkelte land. Det systematiske forbedringsarbeidet drives med særlig vekt på forebyggende tiltak og rehabilitering.

Det registrerte sykefraværet i Orkla globalt var 4,3 % i 2016, som er en svak nedgang fra 2015. Det har vært små endringer i sykefraværet i Orkla de siste årene, med de samme variasjonene gjennom året. Det er høyest fravær i vintermånedene og lavest fravær i 3. kvartal. Derimot er det store variasjoner både mellom land og selskaper. Sykefraværet i virksomhetene i Norge var på 5,6 % i 2016, på samme nivå som i 2015. Reglene for registrering av sykefravær og oppfølging av sykmeldte varierer fra land til land, men det er likevel åpenbart at sykefraværet, spesielt i noen av de norske og svenske selskapene, er for høyt. Det arbeides kontinuerlig med forbedringstiltak, der viktige prinsipper er fraværsoppfølging og forebyggende aktiviteter. I praksis handler det om at den enkelte virksomhet får til gode prosesser, der ledelsen og de ansatte deltar aktivt for å etablere tiltak tilpasset deres arbeidsplass.

HMS-opplæring for ledere og tillitsvalgte baserer seg nå på en kombinasjon av e-læringskurs og samlinger. I 2016 er det også bli gjennomført egen opplæring for ledere, med fokus på sykefraværsoppfølging og helsefremmende tiltak. Det har vært spesielt fokus på å følge opp medarbeidere med hyppig korttidsfravær og å følge opp og tilbakeføre medarbeidere med redusert funksjonsevne. Tiltakene vil bli videreført i 2017.

Resultater 2016

GRI ref.	Sykefravær	2016	2015	2014
G4-LA6	% sykefravær i Norge	5,6	5,8	6,1
G4-LA6	% sykefravær i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum	4,5	4,6	4,0
G4-LA6	% sykefravær i øvrige verden	3,1	2,7	3,1
Skader				
G4-LA6	H1 i Norge	3,5	3,4	5,3
G4-LA6	H1 i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum	7,7	7,4	8,7
G4-LA6	H1 i øvrige verden	3,7	4,9	7,0
G4-LA6	H2 i Norge	9,1	6,0	11,8
G4-LA6	H2 i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum	15,4	19,4	20,2
G4-LA6	H2 i øvrige verden	5,6	6,9	7,8
G4-LA6	Arbeidsrelaterte dødsfall	0	0	0





Birgitte og Astrid – en del av Orkla familien

07 Medarbeiderutvikling og bedriftskultur

Sterk bedriftskultur

Orkla ønsker å skape en sterk bedriftskultur preget av respekt, mangfold, likeverd og kompetanseutvikling.

Som arbeidsgiver har Orkla ansvar for å respektere viktige menneskerettigheter som ytringsfrihet, organisasjonsfrihet og retten til rettferdige arbeidsbetingelser. Å være en ansvarsfull arbeidsgiver er også viktig for å lykkes som organisasjon.

Orkla vil skape arbeidsplasser der medarbeidere blir behandlet med respekt, og bidra til at våre medarbeidere utvikler seg og presterer på sitt aller beste.

Bærekraftsløfte, Orkla

Orklas tilnærming

Orklas overordnede strategi og verdigrunnlag er beskrevet i Orkla-kompasset. I perioden 2015–2016 er det gjennomført samlinger for ca. 10.000 medarbeidere for å diskutere hva visjonen og verdiene betyr i praksis. Orklas menneskerettighetspolicy beskriver de overordnede prinsippene for hvordan selskapene i konsernet skal håndtere menneskerettigheter som er viktige for den daglige driften. I tillegg har Orkla retningslinjer og systemer for viktige enkelttemaer som kompetanseutvikling, bedriftsdemokrati, personvern og antikorrupsjon.

Arbeidet med medarbeiderutvikling og bedriftskultur drives av ledelsen i det enkelte selskap i henhold til Orklas retningslinjer og nasjonalt regelverk, og med støtte fra HR-funksjoner sentralt og lokalt. Orkla følger opp arbeidet i selskapene gjennom regelmessige gjennomganger med forretningsområdenes ledere.

I 2016 gjennomførte Orkla en kartlegging av selskapenes rutiner for å håndtere viktige menneskerettighetstemaer. Resultatene fra kartleggingen vil i 2017 bli brukt til å forbedre Orklas interne retningslinjer og rutiner knyttet til ivaretagelse av de ansattes rettigheter. For å sikre at Orklas prinsipper og retningslinjer introduseres på en god måte for nye selskaper som kommer inn i konsernet, er det i 2016 utarbeidet en verktøykasse for HR-arbeidet i forbindelse med oppkjøp.

Ansvarsfull og attraktiv arbeidsplass

Ved utgangen av 2016 hadde Orkla 18.154 medarbeidere, fordelt på ca. 235 selskaper i 26 land. De aller fleste er fast ansatt. 39,4 % av medarbeiderne er administrativt ansatte og 60,6 % operatører. Sammenlignet med 2015 har det vært en netto økning i antall ansatte på 3.484. Endringen skyldes en kombinasjon av selskapsoppkjøp og omstruktureringstiltak. De største nye selskapene i 2016 var det tsjekkiske matvareselskapet Hamé og den engelske produsenten av malepensler, Harris.

Orkla ønsker å være en attraktiv arbeidsgiver med gode arbeidsforhold og rettferdige og konkurransedyktige betingelser. Som et minimum skal de ansatte ha betingelser

som dekker grunnleggende behov, arbeidskontraktene skal være skriftlige, og de ansattes arbeidstid skal være i tråd med regelverk, bransjestandarder og avtaler mellom ledelsen og de ansattes fagforbund. Orkla benytter eksterne verktøy for benchmarking av lønn og betingelser, og selskapene har rutiner for å ivareta lovbestemte krav. Orkla har i 2016 hatt to saker i Sverige knyttet til arbeidsmiljø og arbeidstakerrettigheter. Det svenske arbeidsmiljøtilsynet påla Orkla Confectionery & Snacks Sverige å forbedre sine rutiner for overtid samt rutinene for involvering av de ansatte i arbeidet med arbeidsmiljø, helse og sikkerhet. Selskapet har gjennomført forbedringstiltak for å sikre at de interne rutinene på disse områdene er i tråd med regelverket. Orkla har i 2016 ikke hatt andre saker knyttet til menneske- og arbeidstakerrettigheter.

Selskapene i konsernet gjennomfører en rekke aktiviteter for å fremme samarbeid og trivsel. I 2016 omfattet dette alt fra faglige samlinger om Orklas visjon og verdier til arrangementer som fotballcup for selskapene i Orkla Food Ingredients, feiring av 60-årsjubileum i nederlandske Sonneveld og markering av den internasjonale kvinnedagen i indiske MTR Foods. Orkla ble i 2016 kåret til best i sin bransje i Universums kåring av Norges mest attraktive arbeidsgivere.

Kompetanse- og medarbeiderutvikling

Kontinuerlig kompetanseutvikling er nødvendig for å styrke konsernets konkurransekraft. Orkla legger vekt på å utvikle både fag- og lederkompetanse, samt å skape en arbeidshverdag der alle ansatte får utnyttet sin kompetanse optimalt.

Orkla er anerkjent for kvaliteten på kurs- og utviklingsprogrammene i konsernet. I perioden 2015–2016 er det etablert et sentralt kompetansestyre og et ekspertstyre for hvert av Orklas akademier. Flere av akademiene er forbedret, både med hensyn til faglig innhold og bruk av digitale verktøy. I 2016 er det gjennomført et lederutviklingsprogram for konsernets 220 øverste ledere, i samarbeid med ledelseshøgskolen IMD. Hensikten med programmet har vært å etablere en felles ledelsesplattform og gode forutsetninger for å realisere Orklas forretningsstrategi. Det er også utviklet et nytt lederutviklingsprogram for ledere som er nye i sin rolle. Hensikten er å utvikle lederskap basert på Orklas lederprinsipper og gi deltakerne verktøy og metoder for lederrollen.

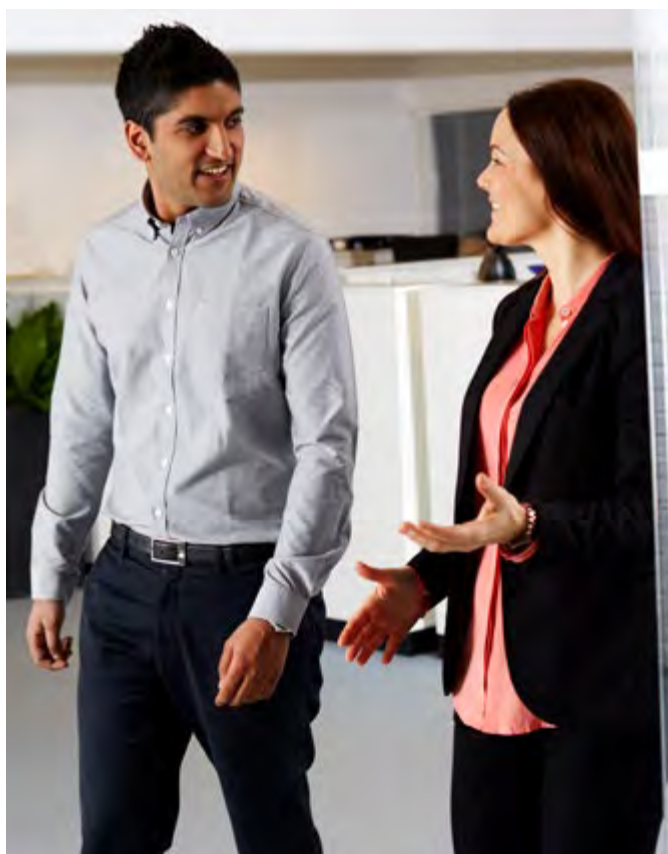
Utviklingssamtalen mellom leder og medarbeider er et viktig tiltak for å bidra til individuell prestasjon og kompetanse- og karriereutvikling. Orkla har som mål at alle medarbeidere skal få regelmessig tilbakemelding på det arbeidet de utfører, og at individuelle arbeidsmål skal være relatert til de overordnede forretningsmålene. Andelen medarbeidere som deltok i formelle utviklingssamtaler i 2016, gikk tilbake sammenlignet med året før. Dette skyldes i hovedsak at de nye selskapene som kom inn i konsernet, ikke hadde slike rutiner på plass. Andelen blant operatører økte. Noen av fabrikkene gjennomfører ikke individuelle utviklingssamtaler med operatørene, men følger dem opp gjennom en kombinasjon av løpende dialog med den enkelte medarbeider og regelmessige gruppemøter. Orkla har utviklet en harmonisert prosess for medarbeider-evaluering og oppfølging, inkludert et IT-basert

Geografisk fordeling av ansatte



● Norge	3 208	18 %
● Sverige	2 970	16 %
● Danmark	1 503	8 %
● Finland og Island	820	4 %
● Baltikum	2 096	12 %
● Øvrige Europa	5 569	31 %
● Øvrige verden	1 988	11 %

Totalt	18 154	100 %
--------	--------	-------



støtteverktøy. Dette er i 2016 tatt i bruk for ca. 6.000 ledere og nøkkelpersoner. Arbeidet med å sikre god og enhetlig oppfølging av medarbeidere vil fortsette i 2017.

Ledelse og medarbeiderinvolvering

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. De ansatte er representert i Orklas styre. Det er også etablert en konsernavtale mellom Orkla og de ansattes organisasjoner som skal sikre god dialog og samarbeid og ivareta forpliktelsene i lov- og avtaleverk. Bedriftsdemokratiordningen er nærmere beskrevet i årsrapporten, under «Styrende organer og tillitsvalgte». I tillegg har de fleste selskapene i konsernet etablert arbeidsmiljøutvalg eller andre formelle samarbeidsorgan mellom ledelse og ansatte. Med bakgrunn i Orklas ordninger for samhandling vurderes risikoen for brudd på retten til organisering og kollektive avtaler som lav.

Organisasjonsendringer som kan påvirke medarbeidernes ansettelsesforhold, drøftes med tillitsvalgte. I 2016 er Orklas ledelse og de tillitsvalgte blitt enige om nye, felles prinsipper for hvordan dialogen om strukturprosjekter skal skje, og det er utarbeidet en intern veiledning. I 2017 vil Orkla i samarbeid med de tillitsvalgte gjennomføre en kartlegging av hvordan retten til medbestemmelse håndteres i selskapene utenfor Skandinavia.

Som et ledd i arbeidet med å utvikle en langsiktig konkurransedyktig produksjonsstruktur, kommuniserte Orkla i 2016 nedleggelse av åtte fabrikker. Ledelsen på konsern- og selskapsnivå har involvert de tillitsvalgte i gjennomføringen av disse endringene gjennom regelmessige drøftelsesmøter. De ansatte som har mistet arbeidet i forbindelse med nedleggelse av fabrikker, har fått støtte til å søke nytt arbeid eller ta videreutdanning. Som en del av dialogen mellom ledelse og tillitsvalgte om strukturendringene gjøres det en evaluering av prosessene, med vekt på læring og forbedring.

Mangfold og likestilling

Orkla har en bedriftskultur preget av respekt og likeverd. Dette er viktige verdier for å lykkes i konkurransen om arbeidskraften og for å utnytte medarbeidernes potensial til beste for konsernet og den enkelte. Orklas holdninger til mangfold, likeverd og ikke-diskriminering er beskrevet i konsernets retningslinjer for samfunnsansvar og i Orklas menneskerettighetspolicy.

Ved lønnsfastsettelse legger Orkla vekt på kompetanse, stillingens kompleksitet, jobbutførelse og konkurransedyktighet i markedet, uavhengig av kjønn, bakgrunn eller funksjonsevne. I 2015 implementerte Orkla et verktøy for klassifisering av stillinger og fastsettelse av kompensasjon, og i 2016 er det gjennomført tiltak for å harmonisere rutinene for fastsettelse av kompensasjon på tvers av konsernets selskaper. Orkla har i 2016 også startet implementeringen av en felles database for registrering av lønnsinformasjon som vil gjøre det enklere å avdekke uønskede forskjeller i kompensasjon.

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.

Arbeidet med å sikre likestilling og fremme mangfold er et lederansvar og inngår i ledernes løpende arbeid. Mangfold og likestilling er tema i Orklas lederopplæring og i forbindelse med opplæring i Orklas etiske retningslinjer. I 2016 ble det gjennomført aktiviteter for opplæring og bevisstgjøring i dette temaet i MTR Foods, Orkla Foods Lietuva, Orkla Foods Finland, Kalev, Orkla Confectionery & Snacks Sverige, Orkla Confectionery & Snacks Finland, Pierre Robert Group og Credin i Danmark.

Det har vært en positiv utvikling i kvinneandelen blant ledere i Orkla de siste tre årene, spesielt blant de øverste lederne på selskaps- og forretningsområdenivå. 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 i 2016 er høy. Arbeidet med mangfold og likestilling vil fortsette i 2017.

Integritet

Verdiskaping i Orkla skal skje i henhold til konsernets etiske retningslinjer og gjeldende lovverk. Konsernets overordnede mål er å utvikle en bedriftskultur preget av godt skjønn og

evne til å håndtere vanskelige situasjoner. Orkla har nulltoleranse for korrupsjon, avtaler om prissamarbeid, markedsdeling, eller andre tiltak som begrenser den frie konkurransen. Orklas antikorrupsjonsmanual, konkurranserettsmanual, menneskerettighetspolicy og etiske retningslinjer beskriver konsernets krav og retningslinjer knyttet til viktige integritetstemaer. Ledelsen i det enkelte selskap har ansvar for å kommunisere de etiske retningslinjene til alle ansatte og gjøre kravene i antikorrupsjons- og konkurranserettsmanualene kjent for alle medarbeidere som kan være eksponert for risiko.

Ved hjelp av e-læring gjennomfører Orkla rutinemessig opplæring i antikorrupsjon og konkurranserett for ledere og medarbeidere som vurderes som eksponert for risiko. I tillegg gjennomfører selskapene egne opplæringsaktiviteter, og opplæring i antikorrupsjon og konkurranserett inngår i flere av Orklas sentrale kompetanseprogram for ledere og nøkkelpersoner.

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, og det er et langsiktig mål at alle Orklas leverandører skal signere konsernets etiske retningslinjer. 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, som en del av konsernets due diligence-rutiner. Orklas selskaper



skal gjennomføre nødvendige risikoreduserende tiltak for å forhindre at uavhengige forretningspartnere, herunder kunder og joint venture-partnere, tar del i korrupsjon eller andre illegale eller uetiske aktiviteter i forbindelse med deres forretninger med Orkla.

I 2016 har Orkla arbeidet for å forsterke internkontrollen med innsamling, behandling og lagring av personopplysninger. Arbeidet vil fortsette i 2017, og omfatter blant annet en revisjon av konsernets policies og etablering av et internt nettverk som skal sikre enhetlige rutiner for personvern, i tråd med kravene i EUs personvernforordning.

Resultater 2016

GRI-ref.		2016	2015	2014
	Antall ansatte	18 154	14 670	12 921
	Kompetanse- og medarbeiderutvikling			
G4-LA9	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring pr. ansatt ²	8,2	4,8	4,0
G4-LA11	Andel medarbeidere omfattet av rutiner for regelmessig medarbeidersamtale ^{1,2} .			
	- Totalt	63 %	71 %	
	- Ledere	93 %	99 %	
	- Administrativt ansatte	83 %	95 %	
	- Salgsmedarbeidere	81 %	91 %	
	- Operatører	49 %	42 %	
	Mangfold og likestilling			
G4-LA12	Kvinneandel blant ansatte:			
	- Totalt	48,5 %	45,6 %	44,8 %
	- Administrativt ansatte	48,6 %	46,7 %	48,8 %
	- Operatører	48,4 %	44,7 %	41,5 %
G4-LA12	Kvinneandel blant ledere:			
	- Orklas konsernledelse	9 %	9 %	0 %
	- Ledergrupper på konsern-, forretningsområde- og selskapsnivå	35,1 %	32 %	27,3 %
	- Ledere totalt alle nivåer (leder definert som medarbeidere med personalansvar)	37,5 %	36,1 %	35,6 %
G4-HR3	Formelle klager eller saker knyttet til brudd på regelverk for diskriminering	0	0	0
	Integritet			
G4-SO4	Opplæring i antikorrupsjon ²			
	- Antall ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	671	3 600	808
	- Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	3,7 %	24,5 %	13,9 %
G4-SO5	Saker knyttet til brudd på regelverk for antikorrupsjon	0	0	0
G4-SO7	Saker knyttet til brudd på regelverk for konkurranserett	0	0	0
G4-HR2	Opplæring i menneskerettighetstemaer ²			
	- Totalt antall timer opplæring	22 800	14 500	19 185
	- Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	39 %	34 %	27 %

¹Rutiner for rapportering etablert i 2015

²Estimat basert på tall rapportert fra Orklas selskaper i november 2016



Sebastian og Jeanette - en del av Orkla-familien

08 Orkla og samfunnet

En god interessentdialog

Orkla ønsker å bidra til en bærekraftig verdikjede og kan gjennom samarbeid med andre utgjøre en forskjell.

God interessentdialog hjelper Orkla til å forstå andres synspunkter, skape tillit og tilpasse seg endringer i samfunnet. Samarbeid med andre bedrifter, kunder, myndigheter, forskningsmiljøer og interesseorganisasjoner åpner også opp for større løsninger og fremskritt enn det hver enkelt klarer alene.

Orklas dialog og samarbeid med eksterne og interne interessenter støtter opp under FNs globale bærekraftsmål:

SDG #17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS

Gjennom dialog og samarbeid med viktige interessenter skal Orkla bidra til god folkehelse og bærekraftige verdikjeder.

Bærekraftsløfte, Orkla

Orklas tilnærming

Orkla ønsker å ha en aktiv dialog med interessenter som påvirkes av konsernets produkter og virksomhet, eller som på annen måte er viktige for Orklas utvikling. De viktigste interessentene er medarbeidere, kunder og forbrukere, investorer, myndigheter, lokalsamfunn, interesseorganisasjoner, forskningsmiljøer og leverandører. Dialogen skjer både på konsern- og selskapsnivå gjennom møter og annen direkte kommunikasjon, forbruker- og kundeundersøkelser, deltakelse i nettverk og bransjeorganisasjoner og samarbeidsprosjekter.

Interessentdialog i 2016

Orkla har dialog med myndigheter og politikere på nasjonalt nivå og i EU om handelspolitiske rammebetingelser og andre

forhold relatert til virksomheten. Viktige saker i 2016 har vært samarbeid for en bedre folkehelse, god merking av innholdet i matvarer, ansvarlig markedsføring av mat og drikke og rammebetingelser for matproduksjon.

Orkla har i 2016 gjennomført dialogmøter med handelen, investorer og frivillige organisasjoner om konsernets bærekraftsarbeid. Flere av selskapene har også hatt dialog med dagligvarekjeder, andre kunder og eksterne fagmiljøer for å få innspill til videreutviklingen av eget bærekraftsarbeid.

Viktige temaer for interessentdialog i 2016 er oppsummert i en egen illustrasjon og omtalt i de respektive temakapitlene.

Pådriver for bransjesamarbeid

For å løse de globale utfordringene knyttet til klimaendringer, råvaremangel og livsstilsrelaterte sykdommer er det behov for omstilling til mer bærekraftig produksjon og forbruk. Dette krever vilje og evne til samarbeid mellom næringsliv, myndigheter og fagmiljøer om nye løsninger og rammebetingelser. Orkla og selskapene deltar i en rekke samarbeidsprosjekter knyttet til ernæring og helse, miljø og ansvarlige innkjøp. Disse er omtalt i egne kapitler.

Økonomiske ringvirkninger

Mange av Orklas selskaper er viktige arbeidsgivere, og både medarbeidere og ledere rekrutteres i all hovedsak fra det landet der virksomheten er lokalisert. Ved å utvikle lønnsomme selskaper skaper Orkla positive ringvirkninger for samfunnet i form av kompetanseutvikling, arbeidsplasser hos leverandører og i offentlig sektor, og gjennom betaling av skatter og avgifter.

Den samlede kapitalen anvendt i Orklas virksomhet var ved utgangen av 2016 på 43 577 mill. kroner, en økning på 5,7% fra året før. Den geografiske fordelingen av anvendt kapital er vist i diagrammet nedenfor. Mer enn halvparten av kapitalen er anvendt i Norge, blant annet gjennom Orklas

Orkla Matbarometer

Orkla ønsker å delta i debatten rundt kosthold og å kunne tilføre ny innsikt til dette viktige temaet. Derfor ble Orkla Matbarometer etablert i 2016, som en årlig nordisk kostholdsundersøkelse. Undersøkelsen ble gjennomført i november 2016 av analysebyrået Kantar TNS Norge. Et landsrepresentativt utvalg av befolkningen i Norge, Sverige, Danmark og Finland ble intervjuet om sine holdninger til og kunnskap om mat og kosthold. Blant temaene var industrimat, spisevaner, sunnhet, økologi og bærekraft. Matbarometeret skal gi Orkla grunnlag for å gjøre sammenligninger mellom land og følge utvikling og trender over flere år. Resultatene fra undersøkelsen ble presentert på et eksternt frokostseminar i Oslo i januar 2017.



investeringer i Sapa, Jotun og Hydro Power. Gjennom flere selskapsoppkjøp utenfor Norden økte andelen anvendt kapital i øvrige Europa i 2016.

Som et ledd i arbeidet med å utvikle en langsiktig konkurransedyktig produksjonsstruktur, kommuniserte Orkla i 2016 nedleggelse av åtte fabrikker. I prosessene har Orkla vektlagt åpenhet og dialog med viktige interessenter, som medarbeidere, myndigheter og lokalmiljø.

Orkla mottok 17,9 mill. kroner i offentlig støtte i 2016, i form av tilskudd til forsknings- og utviklingsaktiviteter, arbeids- og miljøtiltak. I tillegg mottok konsernet 173,6 mill. kroner i råvarepriskompensasjon. Dette er en ordning som gjør det mulig for Orklas norske virksomheter å konkurrere på like vilkår med utenlandske konkurrenter.

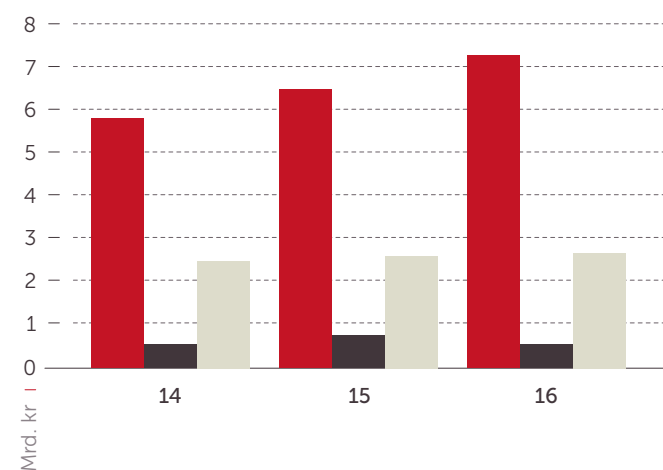
Geografisk fordeling av anvendt kapital



● Norge	24 289	56 %
● Sverige	5 969	14 %
● Danmark	4 185	10 %
● Finland og Island	2 371	5 %
● Baltikum	1 754	4 %
● Øvrige Europa	4 282	10 %
● Øvrige verden	727	1 %

Totalt	43 577	100 %
--------	--------	-------

Verdiskaping i Orkla



■ Lønn til ansatte
 ■ Til samfunn i form av betalte skatter (kontantstrøm)
 ■ Til aksjonærer i Orkla i form av utbytte utbetalt og tilbakekjøp/salg av egne aksjer

Et sterkt samfunnsengasjement

Orkla Friends Fund ble introdusert i forbindelse med lanseringen av Orklas visjon «Din venn hver dag». I 2016 har flere Orkla-selskaper delt ut midler fra fondet til formål innen kategoriene «Ernæring og helse» og «Samfunnsansvar».

Det er i 2016 tildelt midler fra fondet til følgende prosjekter:

- **Samarbeid med Ungt Entreprenørskap**

Orkla ønsker å støtte opp under unges skaperglede og har inngått samarbeid med Ungt Entreprenørskap i Norge. Samarbeidsavtalen innebærer blant annet at Orkla deltar i juryen for og deler ut Orkla Innovasjonspris under NM for Ungdomsbedrifter i 2017.

- **Innsiktsprosjektet «Young Sustainability Influence»**

Orkla etablerte i samarbeid med The Innovation Effect innsiktsprosjektet «Young Sustainability Influence». Med dette ønsket Orkla å få idéer til nye og fremtidsrettede bærekraftsløsninger blant unge.

- **TORO støtter Frelsesarmeen med kinobilletter til barn**

TORO har gjennom prosjektet «Suppe til folket» etablert et

langsiktig samarbeid med Frelsesarmeen. Gjennom Orkla Friends Fund ga TORO 100.000 kroner til Frelsesarmeen. Midlene var øremerket kinobilletter til barn.

- **Bidrar til en mer aktiv hverdag for barn og unge**

Gjennom Orkla Friends Fund gir Orkla House Care støtte til Bankeryd Handball og foreningen Hagaboda, som arbeider for at funksjonshemmet ungdom skal få en mer aktiv hverdag.

- **Gir fotballske til gatelagene**

Orkla Foods Norge har i flere år hatt et samarbeid med Norsk Toppfotball rettet mot tunge rusmisbrukere, og gir nå et ekstra bidrag gjennom Orkla Friends Fund. Fotballstiftelsen får 100.000 kroner, som er øremerket sko til utøverne, da spillerne ofte ikke har ordentlige sko, verken til å spille fotball med eller bruke på fritiden.



Jakter bærekraftsidéer blant unge

Høsten 2016 etablerte Orkla – i samarbeid med The Innovation Effect – prosjektet «Young Sustainability Influence». The Innovation Effect er et selskap som kobler studenter og selskaper med innovative prosjekter og innovasjonsprogrammet Skills2Grow. Med dette ønsket Orkla å få idéer til nye og fremtidsrettede bærekraftsløsninger. Et dedikert team på fire studenter jobbet i en 8-ukersperiode med å kartlegge hva studenter, gründere og ulike oppstartsbedrifter tenker rundt Orklas fremtidsscenario. Resultatene ble presentert live fra scenen under Oslo Innovation Week 23. oktober. Basert på innsikten de fikk, utarbeidet studentene ulike forslag til hvordan Orkla gjennom bærekraft kan bli mer attraktiv for den nye generasjonen forbrukere.

Lokalt engasjement

Mange av Orklas selskaper engasjerer seg aktivt i lokalsamfunnet. Gjennom samarbeid med lokale myndigheter, skoler og organisasjoner bidrar Orkla til å støtte samfunnsnyttige prosjekter.

Flere av selskapene støtter sportsarrangementer for barn og unge; fra Kalles Kaviar fotballcup i Sverige, gatehåndball i Danmark og ishockey for vanskeligstilte finske familier, til Hamés Barnas Dag i Tsjekkia. Mange selskaper er også engasjert i ulike initiativ for å fremme god mat og riktig ernæring.

Blant prosjektene selskapene har støttet, er:

- Orkla Foods Sverige støtter Håll Sverige Rent i arbeidet for et renere miljø. Havet er det første fokusområdet i det 3-årige samarbeidet.
- Orkla Foods Norge har i flere år støttet gatelagsfotballen, som skal få narkomane og rusavhengige tilbake til samfunnet. Selskapet bidrar med et godt ernæringsopplegg rundt kamper og samlinger.
- Orkla Foods Norge samarbeider med Frelsesarmeen om prosjektet «Suppe til folket», som blant annet skal bidra til å gi supper til de mange som Frelsesarmeen er ute og hjelper hver dag.
- Orkla Confectionery & Snacks Sverige støtter Prostata-cancerförbundet og deres innsats mot testikkelkreft.

- MTR Foods i India har i samarbeid med stiftelsen Akshaya Patra gitt skolelunsj til barn i Karnataka. Ved å gi næringsrik mat til barn skal prosjektet fremme undervisning og læring, og på denne måten redusere analfabetisme blant barn.
- Gjennom kampanjen «Clean Milk, Healthy Cows» støtter MTR Foods vanskeligstilte indiske melkebønder med 5-liters melkespann i rustfritt stål. Kampanjen skjer i samarbeid med Karnataka Milk Federation.

Flere av selskapene har i 2016 gjennomført kampanjer i samarbeid med handelen, der deler av overskuddet har gått til veldedige formål. Eksempler på dette er TOROs kampanje «Suppe til Folket» og CBPs kampanje til inntekt for Børne-cancerfondet – sammen med lokale danske bakerier.

Orkla og konsernets selskaper bidro i 2016 med i alt ca. 14 mill. kroner i støtte til samfunnsnyttige prosjekter, hvorav ca. 4 mill. kroner i form av produkter og annen ikke-økonomisk støtte. I tillegg bidro Orkla-selskapene med ca. 6,5 mill. kroner til eksterne forskningsprosjekter relatert til ernæring og helse.



Mindre matavfall

Å redusere matsvinn står høyt på agendaen i Orkla. Gjennom et samarbeid med Matsentralen i Norge og Matmissionen i Sverige, gir Orkla-selskapene overskuddsmat til dem som trenger det, i stedet for at maten kastes. I 2016 var Orkla Foods Norge en av de største bidragsyterne til Matsentralen, som gir mat og andre dagligvarer til frivillige organisasjoner som driver hjelpearbeid for vanskeligstilte. Orkla Foods Sverige støtter Matmissionen, en dagligvarebutikk der vanskeligstilte kan kjøpe varer som snart går ut på dato, til redusert pris. Matmissionen er et samarbeidsprosjekt mellom Stockholm Stadsmission og Axfood, og Orkla Foods Sverige er én av flere økonomiske bidragsytere.

Viktige temaer for interessentdialog i 2016



Leverandører

- Oppfølging av Orklas etiske leverandørkrav
 - Bærekraftig palmeoljeproduksjon
 - Bærekraftig fisk og sjømat
- Forbedringsarbeid i kakaosektoren i Elfenbenskysten
 - Arbeidsvilkår for bærplukkere i Sverige
 - Kvalitetssertifisering av fiskeolje



Medarbeidere

- Omstilling i virksomhetene
 - Visjon og verdier



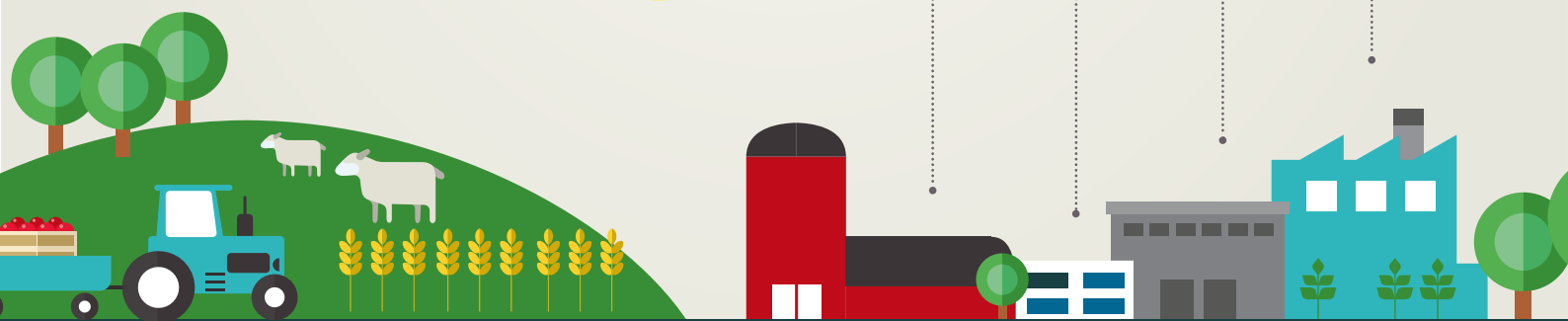
Interesseorganisasjoner

- Bærekraftig palmeoljeproduksjon
- Avskogingsfrie leverandørkjeder
 - Reduksjon av matavfall
 - Rødlisting av fiskeslag
 - Dyrevelferd
- Grønn verdiskaping



Forskningsmiljøer

- Analyse av miljøfotavtrykket til viktige råvarer
- Utvikling av sunn og bærekraftig produsert mat
- Reduksjon av salt, sukker og mettet fett i matvarer
 - Sunne brødmikser med god ernæringsprofil
 - Omega-3 og fisk



Viktige temaer for interessentdialog i 2016



Myndigheter

- Samarbeid for en bedre folkehelse
- Reduksjon av salt, sukker og mettet fett i matvarer
 - Regelverk for produktmerking
 - Nøkkelhullsmerking
 - Avskogingsfrie leverandørkjeder
 - Bærekraftig matvareproduksjon
 - FNs globale bærekraftsmål
 - FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter
- Markedsføring av mat og drikke mot barn og unge
- Rammebetingelser for matvareproduksjon
 - Løpende dialog med tilsynsmyndigheter



Kunder og forbrukere

- Bærekraftige råvarer
- Orklas bærekraftsstrategi mot 2020
 - Mindre matavfall
 - Ernæringsmerking
 - Allergier
 - Dyrevelferd
 - Produktsikkerhet
 - Beredskapssaker
 - Produktspørsmål



Lokalsamfunn

- Miljøtiltak
- Omstilling i virksomhetene
- Samarbeid om fagutdanning
 - Kommunale utbyggingsprosjekter



Investorer

- Orklas bærekraftsstrategi mot 2020
- Risikohåndtering
- Tilnærming til samfunnsansvar

