

01 Orklas bærekraftsarbeid

Mobiliserer for bærekraftig vekst

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



Som en ledende produsent av mat og dagligvarer har vi i Orkla mulighet til å bidra til bærekraftige verdikjeder og til et sunt kosthold i befolkningen. Dette er både et ansvar og en forutsetning for langsiktig vekst. Orkla har i mange år jobbet med omstillingen til bærekraftig produksjon, og vi er kommet langt i å gjøre bærekraftsarbeidet til en integrert del av forretningsplaner og løpende drift. I 2018 ser vi positive resultater fra arbeidet på alle områder.

Orklas fotavtrykk

Orklas dagligvareprodukter kjøpes regelmessig av flere millioner forbrukere, og påvirker deres kosthold, helse og velvære. Selv små forbedringer i produktene kan ha en positiv effekt. Ved å utvikle produkter og tjenester for en sunn livsstil kan Orkla gi viktige bidrag til folkehelsen. Vi anslår at de produktforbedringene Orkla har gjennomført de siste fem årene, har gitt rundt 8 % mindre salt og 7 % mindre sukker fra produktene våre. Orklas matproduksjon gjør oss til en av de største innkjøperne av jordbruks- og fiskeråvarer i Norden, samtidig som vi påvirker miljøet ved at vi bruker energi og vann og kjøper emballasje og transporttjenester. Orkla er også involvert i enkelte globale råvarekjeder med komplekse økonomiske, sosiale og miljømessige utfordringer. Gjennom overgang til fornybar energi, effektiv ressursbruk, reduksjon av matavfall og målrettet innsats for å oppnå bærekraftig råvareproduksjon kan Orkla bidra til en bærekraftig verdikjede for mat og dagligvarer.

Orkla er en stor arbeidsgiver, med rundt 18 500 ansatte i 30 land. Ved å investere i kompetanseutvikling og jobbe

systematisk for å sikre et godt arbeidsmiljø, helse og sikkerhet bidrar vi til trivsel, helse og personlig utvikling for våre medarbeidere. Samtidig skaper vi økonomiske ringvirkninger for lokalsamfunn i form av arbeidsplasser, skatteinntekter og innkjøp fra lokale leverandører.

Endret risikobilde

De globale helse- og bærekraftsutfordringene fører til gradvise endringer i forbrukerpreferanser og kundekrav. I de fleste markedene der Orkla er til stede er sunn mat basert på gode jordbruksråvarer, plantebaserte produkter, og dagligvarer med miljøvennlig emballasje tydelige forbrukertrender. Orkla møter dette offensivt gjennom en langsiktig satsing på å utvikle produkter med positive helseeffekter, bærekraftig råvareproduksjon og fornybar, resirkulert og resirkulerbar emballasje.

Tørke og uvær har i 2018 rammet produksjonen av enkelte jordbruksråvarer Orkla kjøper, og i perioder påvirket prisen og tilgangen på disse råvarene. Endringer i værmønsteret har også ført til prisøkning for energi og vann i noen av landene vi har produksjon. Vi forventer volatilitet i prisen på råvarer, energi og vann også i årene fremover, men vurderer at konsekvensene av ekstremvær for Orkla vil være moderate på kort og mellomlang sikt. Størstedelen av Orklas produksjon og innkjøp skjer i Norden, Baltikum og Øst-Europa, der sannsynligheten for vannmangel og tørke er lavere enn i områder med varmere klima. Risikoen for at Orklas egen produksjon skal bli rammet av flom eller andre konsekvenser av ekstremvær vurderes som lav. Risikoen for kostnadsøkninger og knapphet på råvarer og ressurser møter vi gjennom

ressurseffektivisering, ved å ta i bruk alternative råvarer og ved å engasjere oss sammen med leverandørene våre for å skape langsiktig bærekraftig råvareproduksjon.

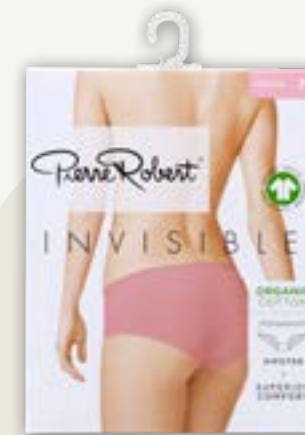
Bærekraftig vekst

Bærekraftsarbeidet er sentralt for Orklas evne til å skape vekst, tillit og konkurransedyktig drift, og i 2017 besluttet vi nye, felles bærekraftsmål for konsernet frem til 2025. Målene er ambisiøse, men nødvendige for å sikre at vi er godt posisjonert i møtet med endrede markedsforventninger og rammebetingelser.

Vi har i 2018 utarbeidet kriterier for hvordan vi skal definere bærekraftige produkter i Orkla. For å klassifiseres som bærekraftig må produktet tilfredsstille kriteriene i minst to av følgende tre kategorier: bærekraftige råvarer, bærekraftig emballasje og produkter som bidrar til en sunn livsstil. Vi vil begynne å måle salget av produkter som faller inn under de tre kategoriene for å tydeliggjøre den kommersielle effekten av bærekraftssatsingen.

Bevegelse for en bærekraftig livsstil

For å lykkes med omstilling til bærekraftig produksjon og forbruk er vi opptatt av å gjøre bærekraftsarbeidet til en integrert del av virksomheten og mobilisere hele organisasjonen. I 2018 har alle Orkla-selskapene utarbeidet planer for bærekraftsarbeidet for kommende strategiperiode. Vi har valgt å kalle Orklas bærekraftssatsing for «en bevegelse for en bærekraftig livsstil». Med dette ønsker vi å understreke betydningen av å mobilisere hele organisasjonen og



Pierre Robert

Undertøy i GOTS-sertifisert økologisk bomull.



Klar

En serie produkter for en grønnere hverdag.



Felix

Felix Veggie gjør det enkelt å velge vegetarisk.

aktivt engasjere forbrukere, kunder, leverandører, myndigheter og eksterne fagmiljøer i felles innsats. Arbeidet med 2025-målene har skapt stort engasjement og bidratt til stor oppmerksomhet om bærekraftsarbeidet internt i selskapene. Målene er direkte relatert til FNs globale bærekraftsmål.

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

Status for Orklas bærekraftsarbeid

Bærekraftsstrategien omfatter fem hovedtemaer: «Trygge produkter», «Ernæring og sunnhet», «Bærekraftige råvarer», «Miljøengasjement» og «Omtanke for mennesker og samfunn». Dette er områder hvor vi i kraft av vår virksomhet har stor påvirkning og ansvar, og hvor innsatsen vil være viktig for konsernets fremtidige vekst og lønnsomhet.

Orkla har en positiv utvikling innenfor alle de fem hovedtemaene. Selskapene har i løpet av de siste årene gjennomført en rekke vellykkede lanseringer av sunne, vegetariske og økologiske matvarer, sunnere snacks, helsekost, velværeprodukter og vaskemidler med skånsomme ingredienser og produkter som representerer gode miljøvalg. Produkter som bidrar til en sunn livsstil utgjorde i 2018 rundt 14 % av Orklas omsetning.

Arbeidet for å sikre trygge produkter følger strenge standarder, og risikoforholdene som har oppstått i 2018, er håndtert i tråd med Orklas beredskapsrutiner, uten fare for forbrukeres helse. Orklas fabrikker har også god kontroll med risikoen for utslipp og annen uønsket miljøpåvirkning og god fremgang i arbeidet med å redusere energiforbruk, vannforbruk og matavfall fra produksjonen. Orkla har i perioden 2014-2018 redusert klimagassutslippene fra egen virksomhet med 54 %, og er allerede langt på vei mot målet om 60 % reduksjon innen 2025. Gjennom kjøp av opprinnelsesgarantier knyttet til Orklas vannkraftverk sørger vi for at våre europeiske kontorer og fabrikker bruker fornybar elektrisitet. Andelen fornybar energi totalt var 39 % i 2018. Målet om 60 % fornybar energi i 2025 skal nås ved å fase ut fossile brensler og øke bruken av energi fra fornybare kilder.

Orkla har god fremdrift i arbeidet med å følge opp leverandører for å sikre trygge og ansvarlig produserte råvarer, og vi har i 2018 tatt nye steg på veien mot målet om 100 % bærekraftige råvarer. Utfordringene på området er komplekse, og mye arbeid gjenstår fremdeles.

Vi har startet implementeringen av Orklas reviderte menneskerettighetspolicy, og selskapene har i 2018 gjort en risikovurdering knyttet til denne. Arbeidet med kompetanseheving, integritet og arbeidsmiljø, helse og sikkerhet er også ytterligere styrket.

Resultatene fra bærekraftsarbeidet i 2018 og målene for det videre arbeidet er nærmere beskrevet i egne kapitler for hvert hovedtema.

Orklas bærekraftsrapportering

Orklas bærekraftsrapportering for 2018 er utarbeidet i tråd med GRI Standards: Core option og Oslo Børs' veiledning om rapportering av samfunnsansvar. I forbindelse med overgangen fra rapportering etter GRI G4 Guidelines til GRI Standards har vi gjennomført en grundig vurdering av alle indikatorene og lagt en plan for hvilke indikatorer vi ønsker å rapportere på. Vurderingen er gjort av en intern arbeidsgruppe i dialog med Orklas konsernledelse. Valget av temaer og indikatorer er basert på en vesentlighetsanalyse, som opprinnelig ble utarbeidet i 2015. I 2018 er det kun gjort mindre endringer ved at noen temaer er slått sammen. Orklas bærekraftsrapportering omfatter alle temaer definert som viktige og vesentlige, men de vesentlige temaene er tillagt størst vekt. Rapporteringen omfatter de samme temaene som tidligere, med noen endringer i temanavn som følge av den oppdaterte vesentlighetsanalysen. En oversikt over hvilke indikatorer som er dekket, er gitt på Orklas nettsider under resultater og rapportering.

Orkla er pålagt å rapportere om samfunnsansvar og utvalgte ansvarstemaer etter regnskapsloven § 3-3a og § 3-3c.

En redegjørelse for konsernets arbeid med de relevante temaene i 2017 er gitt i disse kapitlene:

- «Orklas bærekraftsarbeid», side 55
- «Bærekraftige innkjøp», side 77
- «Miljøengasjement», side 89
- «Omtanke for mennesker og samfunn», side 100

Med mindre annet er angitt omfatter nøkkeltallene i Orklas

bærekraftsrapportering alle virksomheter der Orkla hadde mer enn 50 % eierandel per 31.12.2018. Nøkkeltall for utslipp, energi- og vannforbruk vil bli verifisert av det uavhengige selskapet Cemasys 1. mai 2019. For informasjon om bærekraftsarbeidet i det tilknyttede selskapet Jotun henviser vi til selskapets egen rapportering.

Samfunnsansvar i Orkla

Orkla definerer samfunnsansvar som ansvarsfull drift med respekt for mennesker og miljø. Orklas retningslinjer for samfunnsansvar beskriver de overordnede prinsippene for hvordan konsernets selskaper skal ivareta hensynet til menneske- og arbeidstakerrettigheter, helse, miljø og sikkerhet (HMS), antikorrupsjon og andre viktige ansvarstemaer. Retningslinjene 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 36 i denne rapporten.

Blant Europas mest bærekraftige selskaper

Orkla ble i 2018 inkludert i Dow Jones europeiske bærekraftsindeks for åttende året på rad. Indeksen er internasjonalt anerkjent og en viktig rettesnor for investorer og andre interessenter i vurderingen av selskapers ikke-finansielle resultater.





P. Ruzicka

Peter A. Ruzicka
konsernsjef



FNs Global Compact og de globale bærekraftsmålene

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



02 Ernæring og sunnhet

Gjør det enklere å leve sunt

Skal vi løse de globale helseutfordringene, må vi i matbransjen være en del av løsningen. I Orkla bidrar vi til en bedre folkehelse ved å gjøre matvarene og produktene våre sunnere og ved å gjøre det enklere å ta gode valg i hverdagen.



Det store bildet

Den sterke oppmerksomheten om sammenhengen mellom kosthold, livsstil og helse gjennom mange år har ført til betydelige endringer i forbrukernes matvaner og smakspreferanser og en sterk skepsis til sukker blant mange. Samtidig fortsetter myndighetenes innsats for å bedre kostholdet i befolkningen, og det pågår en aktiv diskusjon i Europa omkring merkeordninger, avgifter og andre potensielle tiltak. Dreiningen mot økt forbruk av sunnere produkter forsterkes av at mange dagligvarekjeder og andre profesjonelle kunder etterspør produkter med en gunstig ernæringsprofil. For Orkla representerer dette innovasjonsmuligheter.

Vår påvirkning

Orkla bidrar til en bedre folkehelse ved å utvikle sunnere varianter av matvarer og produkter som inngår i det daglige kostholdet. Relativt små reduksjoner i salt og sukkerinnhold over mange år gir god effekt. Mange av Orklas lanseringer de siste årene har hatt positive ernærings- og sunnhetsaspekter. Samtidig forventer vi at vår videre vekst i stadig større grad vil komme fra denne typen produkter. Det omfatter «bedre for deg»- alternativer innenfor snacks, mellommåltider, kjeks, plantebasert mat og drikke og innovative produkter skreddersydd ulike helsebehov. Orkla har satt offensive innovasjonsmål på dette området, og samtlige selskaper har planlagt tiltak for å øke omsetningen av sunne produkter og redusere forbruket av salt og sukker for perioden 2019-2021.



Bærekraftsmål frem mot 2025

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

Orklas bærekraftsløfte

«Gjøre det enklere å leve sunt»

Vår tilnærming

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

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

¹Gjelder utvalgte produkttyper. Basisår 2017.

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

Samarbeid for en bedre folkehelse

Det skjer en bred mobilisering for å redusere omfanget av livsstilsrelaterte sykdommer. Orkla bidrar gjennom å være en pådriver for samarbeid for en bedre folkehelse.

De globale helseutfordringene må håndteres av matvareindustri, handel, fagmiljøer og myndigheter i fellesskap. Orkla er opptatt av å være en del av løsningen og samarbeider nært med myndigheter og matbransjen i flere land i arbeidet for en bedre folkehelse. Vi har også satt i gang nye samarbeid i flere av markedene der vi er tilstede. I tillegg til at arbeidet har en positiv samfunnseffekt, bidrar det også til forutsigbare rammebetingelser og en konkurransedyktig produktportefølje for Orkla.

Utviklingen i 2018

Orkla samarbeider med matbransjen og helsemyndighetene i Norge om å gjøre dagligvarer sunnere. Som en del av intensjonsavtalen for sunnere mat har Orkla forpliktet seg til konkrete mål for reduksjon av tilsatt sukker, salt og mettet fett. Vi har i 2018 deltatt på to møter med helseministerens næringsgruppe på matområdet for å følge opp bransjens arbeid for å gjøre hverdagsmaten sunnere og øke inntaket av frukt og grønt, grove kornprodukter og fisk. Som en konsekvens av regjeringens økte sukkeravgifter valgte imidlertid



Sukkerfri bestselger

Siden 1970 har folkefavoritten Doc halslinser fra Nidar lindret såre norske halser. Hvert eneste år spiser vi nærmere 200 millioner av dem. Nå er de populære halslinsene lansert i en sukkerfri variant. Ved å bytte til Doc sukkerfri halslinser i KIWI, Meny, Spar og Joker har Orkla og NorgesGruppen bidratt til en årlig sukkerreduksjon i befolkningen på rundt 130 tonn.

samtlig medlemsbedrifter i NHO Mat og Drikke å sette samarbeidet om reduksjon av sukker på hold. Orkla har like fullt fortsatt innsatsen og lansert flere produkter med salt- og sukernivå på eller under målene i intensjonsavtalen.

I Sverige samarbeider Orkla med myndigheter, matindustrien, RISE og andre bedrifter for å finne nye og innovative måter å redusere salt i ulike matkategorier. Orkla Foods Sverige jobber spesielt med saltreduksjon i tomatsaus, tomatsuppe og ketchup. Selskapet har også bidratt sterkt til etableringen av Sweden Food Arena, der selskaper og bransjeorganisasjoner fra hele næringsmiddelkjeden samles for å samarbeide om forskning og innovasjon for en innovativ, bærekraftig og konkurransedyktig sektor. I Litauen jobber Orkla med reduksjon av salt og sukker for å nå mål satt gjennom en avtale mellom bransjen og det litauiske helsedepartementet. I Danmark deltar Orkla i Fuldkornspartnerskabet, et offentlig-privat samarbeid for å øke forbruket av fullkornsprodukter.

Orkla er opptatt av å være en del av løsningen og samarbeider nært med myndigheter og matbransjen i flere land i arbeidet for en bedre folkehelse.



Tilbyr omega-3-test

Orkla Health i Norge har i 2018 testet et tilbud til apotekene som gjør at apotekansatte kan få målt sin egen omega-3-verdi. Ved et lite stikk i fingeren, og en blodprøve som sendes til et eksternt laboratorium, får man tilsendt sitt personlige resultat i posten. Analysen måler mengden langkjedede omega-3-fettsyrer i røde blodceller og er en god målenhet på om man får i seg nok av de viktige fettsyrene i kostholdet sitt. Gode kilder til omega-3 -tilskudd er enten fisk eller tilskudd som Möller's Pharma eller Triomar, som selges i apotek. Satsingen fra Orkla Health er et ledd i å tilby flere personifiserte tjenester som gir forbrukeren troverdige svar på spørsmål knyttet til å ha en god helse og overskudd i hverdagen.

Sunnere folkefavoritter

Å gjøre matvarene sunnere med mindre salt, sukker og mettet fett står høyt på agendaen i Orkla. Selskapene våre har hatt god fremgang i arbeidet også i 2018.

Matvarer med mindre salt og sukker, har lenge vært en tydelig trend i Norden. Gjennom de siste årene er oppmerksomheten rundt helse blitt stadig større, også i Baltikum og Sentral Europa.

Utviklingen i 2018

Orkla har en god utvikling i arbeidet med å redusere innholdet av salt og sukker i produktene. Sukkerreduksjon har vært viktigste prioritet for selskapene i samtlige forretningsområder. Totalt har Orklas portefølje av sukkerfrie og sukkerreduserte produkter bidratt til en reduksjon i befolkningens sukkerinntak på ca. 9 000 tonn de siste fem årene. Blant kategorier med redusert sukkerinnhold i 2018 er pålegg, syltetøy, mellommåltider, bærer, ketchup og smoothies. Orkla har også lansert sukkerfri saft, halspastiller, frokostblandinger, mellommåltider og syltetøy. Selskapene i Orkla Confectionery & Snacks er i gang med å redusere sukkermengden i flere kjeksprodukter, blant annet Selga (Latvia), Kornmo og Bixit (begge Norge).

Vi har nådd målet om å fjerne 80 tonn salt fra Orklas norske produkter i perioden 2015 til 2018. Orkla Confectionery & Snacks har fjernet 21 tonn salt fra sine snacks- og kjeksprodukter, og har gjort en spesiell innsats for å redusere salt i produkter som spises av barn. MTR Foods har god fremdrift i sitt saltreduksjonsprogram

og har redusert saltinnholdet i flere ferdigretter. Ved å utvikle produkter med mindre salt har Orkla i 2018 bidratt til en årlig reduksjon i saltforbruket på ca. 190 tonn. Blant kategorier med mindre salt i 2018 er brød, bakemikser, margarin, leverpostei, ferdigretter, supper, tomatsaus og ketchup. De siste fem årene er saltmengden redusert tilsvarende en årlig reduksjon i forbruket på ca. 810 tonn.

Selskapene i Orkla Foods og Orkla Confectionery & Snacks har gjennom mange år jobbet systematisk med å erstatte mettet fett fra palmeolje med sunnere alternativer. I 2018 er palmeolje fjernet fra Mikropops og snacksprodukter fra Orkla Suomi, supper og buljonger fra Vitana, og ferdigretter fra MTR Foods. I tillegg har Orkla Food Ingredients fjernet palmeolje fra flere av sine margarinprodukter.



Gjør det enklere å velge sunt med nøkkelhullet

Orkla støtter fullt opp om merkeordningen Nøkkelhullet i de nordiske landene og utvikler sunne, smakfulle og varierte matvarer i tråd med helsemyndighetenes kostholdsråd. Med merkevarene Paulúns og Bare Bra tilbyr Orkla et bredt utvalg sunnere frokostprodukter uten tilsatt sukker. Anamma, Abba, Felix og Stabbur-Makrell er andre merker med Nøkkelhullet. Omsetningen av denne type matvarer utgjorde rundt 500 millioner kroner i 2018. Målet er at den skal øke til 1 mrd. kroner i 2025.

Sunnere folkefavoritter



Felix Tomatketchup

Felix ketchup med mindre sukker og salt (Sverige)



Risifrutti

Naturell risgrøt uten tilsatt sukker der man selv kan tilsette topping (Sverige)



Bare Bra

Nøkkelhullsmerket Granola og andre sunne frokostprodukter (Norge)



Gårdlykke

Gårdlykke chips med mindre salt og olje (Danmark)



Beauvais Pizzasnegle

Snacking-produkter, der deigen er fylt med inntil 50 % grønnsaker (Danmark)



Hamé

Leverpostei med redusert saltinnhold for barn i Tsjekkia og Slovakia

48 tonn mindre sukker i kjeks

Kan man jobbe med helse og ernæring i en usunn kategori? Ja visst, mener Orkla Confectionery & Snacks Norge. Som en del av selskapets arbeid med helse og ernæring satte produktutviklerne seg mål om å redusere sukkermengden i kjeks med 10 %. Et omfattende og ressurskrevende arbeid har gitt gode resultater.

Sukkmengden i kjeks ble i 2018 redusert med 48 tonn, og Orkla er nå ledende på sukkerreduksjon i kategorien. Sukkeret som er fjernet, er ikke erstattet med sukkererstatning. Dermed får endringen også en positiv tilleggseffekt fordi det bidrar positivt til forbrukernes smakspreferanser.

Innovasjoner for en sunnere livsstil

Orkla utvikler stadig flere produkter som gjør det enklere å ta sunnere og mer bærekraftige valg i hverdagen.

Stadig flere forbrukere etterspør naturlige og plantebaserte matvarer og «bedre for deg»-produkter innenfor ulike kategorier. Orkla har i 2018 lansert flere nyheter som møter disse trendene.

Utviklingen i 2018

Sterk salgsvekst for plantebasert mat

Orklas to største merkevarer innen vegetarmat, svenske Anamma og danske Naturli', har en vekst på nærmere 60 % og er lansert i stadig flere markeder. Både Anamma og Naturli' tilbyr plantebaserte alternativer til kjøtt, blant annet plantebasert farse, burgere, pølser og andre middagsalternativer. Veksten er sterkest på vegansk alternativ til kjøttdeig, som passer til favoritter som taco, pastaus og lasagne. Anamma-produktene er tilgjengelig i flere land, blant annet Norge, Sverige, Finland, Island og Tyskland. Svenske Felix har utvidet sortimentet av vegetariske middager med en serie frosne paier fylt med grønnsaker. Norske TORO ønsker å inspirere folk til å spise mer plantebasert og har samlet et utvalg med «grønne» oppskrifter basert på produktene på sine nettsider. Danske Naturli' Foods har et bredt sortiment av innovative matvarer og plantebaserte drikker, pålegg, ferdigretter og iskrem, som i 2018 er lansert i stadig flere markeder.



Global suksess med dansk plantefarse

På under ett år, har dansk plantefarse fra Orkla-selskapet Naturli' Foods inntatt kjøledisken i supermarkeder i Sverige, Tyskland, England, Østerrike, Sveits, Nederland, Irland, Australia og New Zealand, og selskapet har inngått avtale med tre andre land. Neste mål er USA. Danske forbrukere ble introdusert for den 100 % plantebaserte farsen ved årsskiftet, og den var da den første av sitt slag på verdensbasis. Den ble raskt en suksess, og salget endte på 800 tonn plantefarse i 2018. Siden årsskiftet er det kommet to nye varianter av plantefarsen i Naturli' familien - en økologisk variant basert på kikerter og en variant laget med danske erter. Emballasjen på alle tre variantene er laget av 80 % gjenbruksplast. Naturli' samarbeider med Plastic Change for å gjøre plast mer bærekraftig, og donerte 20 øre per solgte plantefarse i Danmark til denne organisasjonen. Omtanke for natur og miljø ligger bak produktene fra Naturli' Foods. Alle produkter utvikles og produseres i Danmark. Naturli' omsatte for 197 mill. danske kroner i 2018.

Vegetarburgere på menyen hos McDonalds

McDonald's Food Team har sammen med Anamma, en merkevare fra Orkla Foods Sverige, utviklet en helt ny vegansk burger. McVegan ble lansert bredt på McDonald's meny i både Sverige og Finland i 2018, og har en svært positiv salgsutvikling.

Felles satsing på «Better for you»-produkter

Orkla Confectionery & Snacks har etablert en felles strategisk tilnærming til å utvikle «Better for you»-produkter på tvers av selskaper og land. Selskapene i Norge, Sverige, Finland og Danmark samarbeider om å lansere sunnere snacks på farten under merkene Småsulten og Anyday, og i Latvia er lignende produkter lansert under merkevaren Laima Better4U.

Naturlig mat som smaker godt

Helsemerket Pauluns har vært på en spennende reise i matbutikken de siste ti årene. Det som startet som en sunn og god müsli er i dag blitt et bredt sortiment av produkter som gjør det enkelt å spise god og velbalansert mat ikke bare til frokost, men også til lunsj, mellommåltider og middag. Super Pasta, Super Bönflinga og nye smaksvarianter av Granola er blant mange nyheter som er introdusert i en rekke markeder i 2018. Alle produktene er laget av gode råvarer og er helt uten sukker og tilsetningsstoffer. Pauluns selges nå i 6 land, i Norge, under merket Bare Bra. Orklas omsetning av Pauluns-produkter var totalt 250 mill. kroner i 2018, en vekst på 12 % fra året før.

Veien videre

Orkla vil i 2019 fortsette med å redusere innholdet av salt og sukker, og det er lagt planer for arbeidet i samtlige forretningsområder. Confectionery & Snacks er spesielt opptatt av «bedre for deg»-produkter. Orkla Foods satser videre på sunne produkter og tar vegetartrenden inn i stadig flere nye produktkategorier og markeder. Tilsvarende vil selskapene i OFI fortsette den sterke satsingen på fullkorn og vegetarmat, i tillegg til å øke innsatsen for å redusere saltmengden i brød, bakemikser og margarin.



Ernæring og sunnhet

GRI-ref.		Enhet	2018	2017	2016
Reduksjon av salt, mettet fett og sukker					
Egendefinert	Saltreduksjon fra reduksjonstiltak	Kg	192 000	80 000	90 000
		%	2,0	-	-
Egendefinert	Saltforbruk (egen produksjon) pr. omsetning*	Kg/mill. NOK	238	-	-
Egendefinert	Reduksjon i mettet fett fra reduksjonstiltak	Kg	379 000	960 000	640 000
Egendefinert	Sukkerreduksjon fra reduksjonstiltak	Kg	3 382 000	1 040 000	370 000
		%	2,7	-	-
Egendefinert	Sukkerforbruk (egen produksjon) pr. omsetning*	Kg/mill. NOK	3 023	-	-

Salg av sunne produkter

Egendefinert	Estimert andel omsetning* fra produkter for helse og sunnhet ¹	%	13,9	-	-
Egendefinert	Estimert andel omsetning* fra vegetariske ² og veganske produkter	%	6,5	-	-
Egendefinert	Estimert andel omsetning* fra økologiske produkter	%	5,3	-	-

*Omsetning merkevarevirksomheten.

¹Inkluderer mat med mindre salt, sukker og mettet fett, lakto/ovo-vegetariske og veganske produkter, produkter med mer enn 50 % av cerealier fra fullkorn, produkter med offisiell ernæringsmerking og produkter med spesifikke helsefordeler.

²Produkter som representerer alternativer til kjøtt eller hvor animalske proteiner er erstattet med plantebaserte.

03 Trygge produkter

Trygge produkter gir tillit

Mattrygghet tar vi på alvor i Orkla. Derfor stiller vi de samme høye kravene til mattrygghet og produkt-sikkerhet i alle land der vi produserer eller selger produktene våre.



Det store bildet

Stadig flere forbrukere er opptatt av hvem som står bak maten og produktene de kjøper, hva de inneholder, og hvor de er produsert. De siste årene har svindel knyttet til råvarekvalitet vokst frem som en betydelig risiko. Kravet til transparens og sporbarhet gjennom verdikjeden øker, samtidig som risikobildet blir mer komplekst. Et viktig steg for å bekjempe og redusere matsvindel er å ha en sterk kvalitetskultur og kompetanse til å fange opp og håndtere nye risikoforhold i verdikjeden på et tidlig tidspunkt.

Vår påvirkning

Våre lokale merkevarer kjøpes regelmessig av forbrukere i store deler av verden. Det medfører et stort ansvar. Vi har valgt å sette Orkla-logoen på de aller fleste av konsernets produkter for å synliggjøre hvem som står bak. Uavhengig av i hvilket land vi produserer eller selger produktene våre, stiller vi de samme høye kravene til mattrygghet og produktsikkerhet. Med mange råvarer, produksjonssteder og leverandører er risikobildet komplekst. Derfor er Orklas felles standarder og systemer for å sikre trygg matproduksjon, trygge råvarer og trygg emballasje avgjørende for å sikre god og kostnads-effektiv kontroll med risiko gjennom hele verdikjeden. Ved oppkjøp av nye selskaper er det viktig for oss å sikre rask implementering av Orklas standarder og tilrettelegge for en sterk mattrygghetskultur.

Vår tilnærming

Detaljert beskrivelse av våre rutiner og arbeidsprosesser innenfor mattrygghet er tilgjengelig på Orklas nettsider under resultater og rapportering.



Bærekraftsmål frem mot 2025

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

Orklas bærekraftsløfte

«Være forberedt på å håndtere nye risikoforhold»

Våre mål

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

Utviklingen i 2018

Forbedret mattrygghetsstandard

Orkla har etablert en god mattrygghetskultur i egne selskaper og fabrikker. Fundamentet er Orkla Food Safety Standard (OFSS). OFSS ble revidert i 2018 i tråd med forbedringer i den internasjonale BRC-standarden. Matsvindel er satt enda tydeligere på agendaen med konkrete krav til risikovurdering av alle råvarer og nye kontrollrutiner. Et annet nytt krav er at alle Orklas selskaper og fabrikker skal ha planer for å videreutvikle og forbedre mattrygghetskulturen. Arbeidet med å implementere den reviderte standarden startet høsten 2018.

Revisjon og oppfølging

Orkla har god kontroll med mattrygghet i egen virksomhet og reviderer alle fabrikker regelmessig. I 2018 ble det gjennomført 102 revisjoner, mot 79 i 2017. Økningen i antall revisjoner skyldes oppkjøp av nye selskaper som trenger flere oppfølgingsrevisjoner for å komme opp på et akseptabelt nivå. Orklas sentrale mattrygghetsavdeling var også involvert i flere oppkjøpsprosesser i konsernet.

For å utnytte kompetansen på tvers i konsernet og sikre en helhetlig tilnærming introduserte Orkla i 2018 et nytt kurs for interne mattrygghetsrevisorer. På kurset fikk de opplæring i krav og en standardisert mal for hvordan revisjon av Orklas matproduserende fabrikker skal gjennomføres.

Styrket mattrygghetskultur

Kompetanse er en avgjørende suksessfaktor i arbeidet med å redusere risiko. Orkla har derfor lagt ned betydelige ressurser i å gi opplæring på viktige områder som kontroll med kritiske punkter i produksjonen, allergenhåndtering, leverandørrevisjoner, rotårsaksanalyse og OFSS. Orkla samarbeider med Campden BRI, som regnes som ledende innen forskning og anvendte løsninger for næringsmiddelindustrien.

Deling av beste praksis

Mattrygghet er et av områdene der vi i stor grad jobber som One Orkla med felles policy, systemer og arbeidsmåter på tvers av selskaper. Orkla Foods har etablert en felles kvalitetsorganisasjon for selskapene i Norge, Sverige og Danmark. Den ble i 2018 utvidet



Visste du at...?

Flere salgs- og distribusjonsselskaper i Orkla Food Ingredients har ikke egen produksjon. Derfor utviklet Orkla i 2014 en egen standard for Storage & Distribution for å redusere mattrygghetsrisikoen knyttet til produkter produsert av andre selskaper og sikre bedre kvalitetssystemer og sporbarhet. Standarden bygger på BRC-standard for Storage & Distribution, og hovedvekten er på transport og lagring av produkter. Standarden er implementert i selskapene og har bidratt til viktige forbedringer i kvalitetsrutinene.



med selskapene i Finland, Tsjekkia og Østerrike, og fra neste år vil også Baltikum og Sentral- Europa inkluderes. Det er et nært samarbeid også mellom selskapene i de andre forretningsområdene. Orkla Food Ingredients har et kvalitetsnettverk der selskapene samarbeider om felles løsninger for leverandøroppfølging, kundesamarbeid og produktdata-baser. I tillegg deles kompetanse gjennom nettverk og konferanser.

Leverandøroppfølging

Orkla har over mange år stilt strenge krav til sine leverandører av råvarer og ferdigvarer, og har veletablerte rutiner for godkjenning og oppfølging. I 2018 gjennomførte Orkla en omorganisering som har gitt økt ansvar til forretningsområdene, mer effektiv ressursbruk og styrket kompetanse i revisorteamet. Arbeidet med godkjenning og oppfølging av leverandører ble samtidig endret, slik at det brukes mindre ressurser på leverandører som gjennom BRC-sertifisering av anerkjente sertifiseringsorganer kan dokumentere at de er på et meget høyt nivå.

God beredskapshåndtering

Alle matvarer Orkla lanserer, har i utviklingsprosessen gjennomgått en grundig risikovurdering for at vi skal kunne kartlegge og kontrollere potensiell helsefare knyttet til emballasje, ingredienser og bruk. Orkla har utarbeidet en beredskapsplan for å sikre god håndtering av uforutsette og uønskede hendelser, og vi måler kontinuerlig utviklingen i beredskapssaker. I 2018 ble rapporteringsrutinene endret slik at alle saker, uavhengig av størrelse, skal rapporteres, og kostnadene skal beregnes. Det vil gi en forbedret oversikt og vise

utviklingen over tid. I 2018 gjennomførte Orkla beredskapsøvelse for ledergruppen i to utvalgte selskaper og for deltakere på tre interne kurs med vekt på medietrening og håndtering av beredskapssituasjoner. I tillegg har alle Orklas fabrikker holdt årlige øvelser. Antall beredskapssaker er vesentlig lavere enn i 2017. Det har vært én hendelse der en forbruker fikk en alvorlig reaksjon og ble syk. Det er ingen saker som har medført bøter.

Veien videre

Vi fortsetter implementeringen av den reviderte mattrygghetsstandard, og Orklas selskaper og fabrikker vil revideres etter denne fra 1. februar 2019. Arbeidet med å styrke mattrygghetskulturen i selskapene og bygge kompetanse fortsetter, og i 2019 arrangerer vi en internasjonal mattrygghetskonferanse for våre medarbeidere som jobber med kvalitet og mattrygghet. Samtidig innfører vi nye tiltak for å redusere risiko for matsvindel: risikovurdering av alle råvarer, nye kontrollrutiner og mer direkte kjøp fra leverandør for å korte ned mellomledd. Vi stiller strengere krav til beskyttelse av råvarer gjennom nye krav til overvåkning av produksjonsmiljø, og legger mer vekt på cybersikkerhet i Orklas kvalitetssystemer.

Trygge og miljøvennlige dagligvarer

For Orkla er det helt avgjørende at produktene våre er trygge i bruk. Kunder og forbrukere skal få samme høye kvalitet hver eneste gang de velger våre kjente og kjære merkevarer innen vaskemidler, personlig pleie og tekstiler.

Miljøvurderinger og sikkerhet er sentralt i all produktutvikling hos Orkla Care. På samme måte som i matproduksjonen følger selskapene strenge retningslinjer for produktsikkerhet gjennom hele verdikjeden. Arbeidet er basert på et føre-var-prinsipp, og selskapene jobber systematisk med å bytte ut ingredienser som kan ha negativ effekt på helse og miljø. Selskapene overvåker relevant ekstern forskning for å være oppdatert på potensiell helserisiko. Det har ikke vært noen saker knyttet til brudd på regelverk for produktsikkerhet i 2018. Nær 100 % av alle produktene som ble lansert i 2018 gikk gjennom en helse- og sikkerhetsvurdering.

Utvikling i 2018

Orkla Home & Personal Care har egne laboratorier som driver utstrakt innovasjon som kommer forbrukere til gode i form av stadig bedre produkter. I utviklingen av vaskemidler og produkter for personlig pleie bruker selskapet kun veldokumenterte ingredienser og gjør alltid miljøvurderinger. Det offisielle miljømerket Svanen er brukt aktivt siden 1983. I 2018

er formuleringene på Solidox barne- og juniortannkrem forbedret, og som første merke i Norge fikk alle fire variantene svanemerket. Klar-serien med bærekraftige og effektive rengjøringsprodukter har introdusert to nye sprayvarianter og tøyvaskpulver, som alle er svanemerket. Samtlige Jif-sprayer har fått mildere formuleringer, uten stoffet BIT og unødvendige ingredienser er fjernet.

Lilleborg utvikler effektive og bærekraftige hygiene- og rengjøringssystemer til det profesjonelle markedet. Selskapet har en egen utviklingsavdeling, og bærekraft er en sentral del av alle innovasjonsprosjekter. Digitalisering står høyt på



agendaen, og Lilleborg har i 2018 introdusert sin høy-teknologiske vaskerobot til stadig flere kunder. For å møte den teknologiske utviklingen i markedet har Lilleborg inngått partnerskap med både Datec og eSmiley. Sistnevnte er et digitalt IK-mat- og HAACP-system som gjør det lettere for serveringssteder å ha kontroll over mattrygghet. Lilleborg har et stort utvalg av miljømerkede produkter, og har den største andelen svanemerkede produkter i sitt marked. I 2018 var selskapet først ute i Norge med å lansere svanemerkede produkter til rengjøring av medisinske instrumenter og medisinsk utstyr.

Pierre Robert Group har i 2018 gått over til GOTS-sertifisert økologisk bomull på alt basisundertøy og barneundertøy. Den anerkjente sertifiseringsordningen for økologiske tekstiler stiller strenge krav til vann- og energisparing og bruk av sprøytemidler, fargestoffer og kjemikalier. I tillegg til retningslinjene for miljøvennlig produksjon, innebærer GOTS-sertifisering krav til sosiale og sikkerhetsmessige forhold for arbeidere gjennom hele produksjonskjeden.



Visste du at...?

Orkla Care har **350** svanemerkede produkter;

• Pierre Robert Wool Collection – **182** klesplagg

• Lilleborg – **88** produkter

• Orkla Home & Personal Care – **80** produkter

Trygg mat

GRI-ref.		Enhet	2018	2017	2016
Trygg matproduksjon					
FP5	Andel av volum produsert iht Orkla Food Safety Standard	%	100	100	100
FP5	Fabrikker revidert iht Orkla Food Safety Standard	Antall	102	79	58
FP5	Andel av matproduserende fabrikker med tredjepartssertifisering	%	53	-	-
416-2	Beredskapssaker knyttet til mattrygghet, alvorlighetsgrad 1 (livstruende)	Antall	0	0	0
416-2	Beredskapssaker knyttet til mattrygghet, alvorlighetsgrad 2 (alvorlig helsefare)	Antall	8	12	4

Trygge leveranser av råvarer

Egendefinert	Risikovurdering av leverandører: Egenvurderinger	Antall	1 810	1 790	1 783
Egendefinert	Risikovurdering av leverandører: Vurderinger gjennomført av Orkla	Antall	1 352	1 165	1 172
Egendefinert	Risikovurdering av leverandører: Leverandørrevisjoner	Antall	237	320	306

Opplæring i mattrygghet

Egendefinert	Deltakere på kurs i regi av Orklas mattrygghetsteam	Antall	400	340	576
Egendefinert	Omfang av kurs i regi av Orklas mattrygghetsteam	Timer	3 132	2 384	3 605
Egendefinert	Deltakere på kurs i regi av Orklas fabrikker	Antall	4 500	4 900	2 800
Egendefinert	Omfang av kurs i regi av Orklas fabrikker	Timer	9 700	7 200	12 200

04 Bærekraftige innkjøp

Samarbeid for bærekraftige råvarer

I Orkla jobber vi nært med leverandørene våre for å bidra til en bærekraftig verdikjede for mat og dagligvarer.



Det store bildet

Alvoret ved klimautfordringene har i løpet av kort tid endret samfunnsdebatten, og en ny mobilisering for klimaet er i ferd med å bre seg. For Orkla er en vesentlig del av klimarisikoen knyttet til råvareproduksjon og emballasje. Økende vannmangel og ekstremvær gir risiko for reduserte jordbruksavlinger og mindre forutsigbarhet i globale råvaremarkeder. Det kan medføre høyere pris og knapphet på flere råvarer som inngår i Orklas produkter. Orkla har derfor engasjert seg i ulike forbedringsprogram for å bidra til bærekraftig produksjon av viktige råvarer. Miljøutfordringene ved engangsplass har skapt et bredt engasjement for å finne nye emballaseløsninger. Både handelen og forbrukerne etterspør i stadig større grad mer bærekraftige hverdagsprodukter, noe som representerer gode innovasjonsmuligheter for Orkla.

Vår påvirkning

I Orkla er vi opptatt av å utvikle bærekraftige merkevarer og sikre at råvarene vi bruker er produsert med omtanke for mennesker, dyr og miljø. Matproduksjonen vår gjør oss til en av de største innkjøperne av jordbruks- og fiskeråvarer i Norden. Ved å samarbeide med lokale bondegårder som dyrker poteter, agurker, rødbeter og andre grønnsaker, bidrar vi til et bærekraftig jordbruk. Med dette møter vi også forbrukernes etterspørsel etter matvarer basert på lokale råvarer.

Enkelte råvarer Orkla kjøper, kan være forbundet med sosiale og miljømessige utfordringer. Dyrking av palmeolje, kakao og soya kan medføre risiko for ødeleggelse av regnskog, barnearbeid og uønskede arbeidsforhold. For å sikre god praksis i vår egen



Bærekraftsmål frem mot 2025

- sikre respekt for arbeidstakerrettigheter
- sikte mot 100 % råvarer fra bærekraftige kilder
- sikte mot 100 % resirkulerbar emballasje
- fremme rene hav og bærekraftig fiske

Orklas bærekraftsløfte

«Vi skal levere produkter med bærekraftige råmaterialer.»

leverandørkjede og bidra til å løse komplekse utfordringer samarbeider vi nært med leverandørene våre. Vi stiller tydelige krav, følger opp gjennom besøk og dialog, og bidrar til bærekraftig råvareproduksjon gjennom sertifiseringer og andre forbedrings tiltak. Vi håndterer også risikoen for knapphet på råvarer ved å ha alternative leverandører av alle risikoråvarer.

Vår tilnærming

Orkla kjøper årlig inn råvarer fra et stort antall leverandører og har derfor en risikobasert tilnærming der vi fokuserer innsatsen mot de leverandørene og råvarekjedene der risikoen er størst for avvik fra våre etiske leverandørkrav. Detaljert beskrivelse av våre rutiner og arbeidsprosesser for bærekraftige innkjøp er tilgjengelig på Orklas nettsider under resultater og rapportering.

Arbeidet med bærekraftige innkjøp bidrar positivt til FNs bærekraftsmål 2, 8, 14, 15 og 17.

Utviklingen i 2018

Leverandøroppfølging og arbeidstakerrettigheter

Orkla har god fremdrift i arbeidet med å følge opp de mest risikoutsatte leverandørene og råvarekjedene for å sikre ansvarlig produksjon og stabile råvareleveranser. Gjennom oppfølgingen av direkte leverandører avdekket vi primært mindre avvik, som leverandørene er pålagt å utbedre. Orkla har engasjert seg i et større samarbeidsprosjekt i regi av Initiativ for etisk handel for å bedre arbeidsforholdene i leverandørkjeden for cashewnøtter. I 2018 ble det gjennomført en kartlegging av produsentene og påbegynt en plan for oppfølgingstiltak. I India har MTR Foods gjennom flere år engasjert seg for å fremme produksjonen av ren melk og bedre vilkårene for fattige melkebønder. I 2018 delte selskapet ut 5-liters melkespann i rustfritt stål til 3 000 indiske melkebønder, som en del av kampanjen «Clean Milk, Healthy Cows».

Bærekraftige råvarer

Orkla har en positiv utvikling i andelen sertifiserte råvarer i 2018. 85 % av alle fiskeråvarene er MSC-merket, og vi nærmer oss målet om å kunne dokumentere bærekraftig fiske for alle fiskeråvarer innen 2020. Orkla Health har MSC-sertifisert Møllers Tran, og selskapet er i dialog med MSC og andre organisasjoner for å finne løsninger for verifisert bærekraftig produksjon av fiskeolje fra Sør-Amerika. Orkla har valgt UTZ som sertifiseringsordning for kakao, og 77 % av råvarene vi kjøper, er sertifisert. Pierre Robert fortsetter sin satsing på økologisk bomull og bærekraftige tekstiler med flere nye produktlanseringer. Orkla Home & Personal Cares fabrikk på Flisa



Orkla går over til egg fra burfri høns

I 2018 bestemte vi oss for å kun bruke egg fra frittgående høner i våre matvarer i Norge og Sverige. For Orkla Foods Norge betyr det 35 millioner egg, og overgangen skal skje innen 2020. Orkla Foods Sverige gikk over til å bare kjøpe egg fra frittgående høner 1. juli 2018. De bruker årlig 1000 tonn egg til baking av Frödinge ostekake, «Kladdkakor», «Tårtor» og Felix-paier. Det at vi kjøper inn så store volum med egg hvert år, gjør oss til en viktig aktør på markedet. Felix Austria gikk over til egg fra burfri høns allerede i 2012.

– verdens største produsent av tannstikker i tre – er Forest Stewardship Council-sertifisert (FSC).

Dyrevelferd

Orkla har i dialog med dyrevelferds- og landbruksorganisasjoner utviklet og implementert en felles dyrevelferdspolicy for

konsernet. Policyen baserer seg på «De fem frihetene for dyrevelferd» og omfatter innkjøp av egg, meieriråvarer og kjøtt. Med dette vil vi øke bevisstheten om dyrevelferd, veilede våre leverandører og bidra til mer ansvarlig forretningspraksis. Orklas selskaper i Danmark, Sverige, Norge og Østerrike er i ferd med å gå over til egg fra frittgående høns i sine matvarer, og flere av Orkla Food Ingredients' selskaper har planlagt å gjøre dette.

Bærekraftig jordbruk

Orkla har meldt seg inn i samarbeidsinitiativet SAI Platform, der produsenter av mat og drikke samarbeider om en felles standard for bærekraftig jordbruk. Vi vil ta i bruk SAls verktøy i Orklas arbeid og engasjere oss i noen av samarbeidsprosjektene som skjer i regi av organisasjonen. Gjennom kontraktsdyrking og nært samarbeid med bondegårder i våre lokale markeder påvirker vi bruken av sprøytemidler og sikrer at råvarene er produsert i henhold til Orklas krav til trygg mat, dyrevelferd og miljø.

Bærekraftig palmeolje

Arbeidet med å erstatte palmeolje med sunnere alternativer har fortsatt, og flesteparten av selskapene i Orkla Foods og Orkla C&S bruker ikke lenger palmeolje i sine produkter. Orklas bruk av palmeolje er primært knyttet til margarin. Arbeidet med leverandøroppfølging og RSPO-sertifisering (Roundtable for Sustainable Palm Oil) har fortsatt, men vi har ikke nådd målet om 100 % sertifisert palmeolje innen 2017. Selskapene som bruker palmeolje har lagt planer for en overgang til RSPO-sertifiserte råvarer for egne merkevarer utover perioden 2019 til 2021.





Vil gjøre en forskjell for kakao

Kakao er en viktig råvare i Orklas sjokoladeprodukter. Vi kjøper årlig inn rundt 10 000 tonn kakao fra små gårder i Vest-Afrika. For å bedre kakaobøndernes levevilkår og redusere risikoen for barnearbeid samarbeider vi med UTZ Certified. I 2018 reiste et team fra flere Orkla-selskaper til Vest-Afrika for å få førstehåndskjennskap til hvordan kakaoen vi bruker i produktene våre, dyrkes, og se hva sertifiseringsordningen betyr i praksis. Bønderne får opplæring i bærekraftige og mer lønnsomme dyrkingsmetoder. Det gir høyere inntekt og bedre levevilkår for mange familier og gir flere mulighet til å sende barna på skolen. I samarbeid med en av våre største leverandører har vi lansert et UTZ-bærekraftsprogram for å bidra til forbedring og sikre at vi retter innsatsen der behovet er størst.



Felles innsats for mer bærekraftig emballasje

På tvers av selskaper og land mobiliserer vi for å utvikle ny og mer bærekraftig emballasje på Orklas produkter.

I Orkla har vi mange tusen produkter fordelt på en rekke selskaper i rundt 30 land. Vi jobber aktivt for å utvikle mer miljøvennlig emballasje og produkter som etterlater et mindre miljøfotavtrykk. I 2018 lanserte vi nye mål om at all emballasjen vi bruker skal være resirkulerbar innen 2025. Samtidig utforsker vi aktivt mulighetene for å utvikle nye emballasjetyper basert på fornybare råvarer. Vi samarbeider nært med forskere, organisasjoner, andre bedrifter og eksterne eksperter for å finne løsninger på miljøutfordringene med plast. Skal vi lykkes, må vi dele kunnskap og tørre å være åpne om felles bransjeutfordringer.



Bærekraftsmål frem mot 2025

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

Utviklingen i 2018

Resirkulerbar emballasje

Vi har gjort et betydelig kunnskapsløft gjennom nye verktøy og retningslinjer, leverandørsamarbeid og deltakelse i forskningsprosjekter. Alle selskapene våre har lagt ambisiøse planer for å utvikle emballaseløsninger basert på resirkulerte eller fornybare materialer i perioden 2019 til 2021. Orklas andel resirkulerbar emballasje var 94 % i 2018.

Emballasje fra resirkulerte materialer

Vi jobber aktivt for å bruke mer resirkulerte materialer i emballasjen vår, og andelen utgjorde rundt 44 % i 2018. Orkla ønsker å bidra til å skape et marked for resirkulerte materialer ved å etterspørre slike alternativer og utvikle alternativer til fossil plast som tilfredsstiller våre krav til mattrygghet og produktkvalitet. Vi har derfor diskutert dette med emballasjелеverandører, avfallssektoren og eksterne fagmiljøer for å forstå hvilke utfordringer og muligheter som finnes på området.

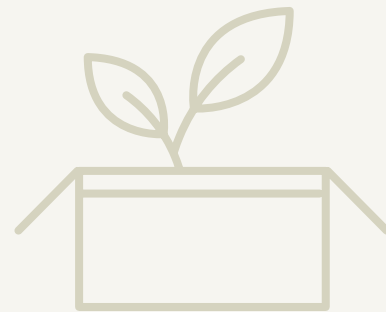
Resirkulert og fornybar plast

Plast utgjør rundt 20 % av Orklas emballasje. Vi har kartlagt hvilke resirkulerte og fornybare plastmaterialer som er tilgjengelige for våre behov, og vi samarbeider nært med flere emballasjелеverandører for å finne mulige løsninger. Det har gjort at vi har kunnet ta i bruk resirkulert og fornybar plast på flere nye produkter i 2018.

Veien videre

Bærekraftig emballasje og jordbruksråvarer er våre viktigste prioriteringer for 2019. Vi vil engasjere oss aktivt i

samarbeidsprosjekter med leverandører, relevante fagmiljøer og andre selskaper for å utvikle resirkulerbar emballasje og øke bruken av resirkulerte og fornybare materialer. For å sikre bærekraftige råvarer fortsetter vi samarbeidet med leverandører og sertifiseringsorganisasjoner som MSC, UTZ, RSPO, GOTS og FSC. I tillegg vil vi delta i samarbeidsprosjekter i regi av Initiativ for etisk handel og SAI.



Plantebasert engangsbestikk og spiselig emballasje

Orkla-selskapet Bako er opptatt av å tilby fornybare alternativer til engangsprodukter i plast. Blant lanseringene i 2018 er engangsbestikk laget fra plantestivelse og engangstallerkener laget av overskuddsmateriale fra sukkerroer. Blant de mest innovative bærekraftslanseringene, er Bakos «Do Eat»-konsept, som består av dessertskåler og porsjonsformer laget av potetstivelse. Disse skålene kan altså spises, slik at man helt unngår avfall, eller kastes som matavfall. Bako selger plantebasert emballasje til profesjonelle kunder innen KBS, HoReCA og storhusholdning.



Visste du at...?

- Orkla Foods Sverige deltar i forskningsprogrammet STEPS, som skal utvikle kunnskap og løsninger som gjør det mulig å etablere en bærekraftig verdikjede for plast.
- Orkla er aktivt med i forskningsprosjektet FuturePack, som skal utvikle ny kompetanse og teknologi for å gjøre fremtidens plastemballasje mer miljøvennlig, med mer biobasert og gjenvunnet plast. Prosjektet er et samarbeid mellom en rekke universiteter, bedrifter og organisasjoner.
- Flere Orkla-selskaper er med i «Design for gjenvinning». Samarbeidsprosjektet er satt i gang av Grønt Punkt Norge for å få kunnskap om hvilke endringer i materialvalg og utforming som gjør emballasjen lett å gjenvinne.
- Orkla Home & Personal Care har inngått et forsknings-samarbeid på sirkulære forretningsmodeller med Norges handelshøyskole. For Orkla er et av målene med dette å finne måter å gjenbruke plastemballasjen.

Forsker på grønn kundeatferd

Orkla Home & Personal Care ønsker å finne nye måter å redusere eget og andres miljømessige fotavtrykk. Gjennom et forskningsprosjekt med Norges handelshøyskole og andre aktører ønsker de å få innsikt i hvordan forbrukerne kan påvirkes til å ta grønnere valg, og hvordan denne kunnskapen kan integreres i nye, sirkulære og lønnsomme forretningsmodeller. Gjennom eksperimenter i lab og butikk undersøker prosjektet blant annet spørsmål som: Hvordan kan Orkla redusere «plastavtrykket» sitt ved å gjenbruke emballasje på ulike måter? Hva slags kundeatferd er nødvendig for å oppnå mer bærekraftig forbruk i og utenfor butikken? Innsikten fra prosjektet tas inn i Orklas innovasjonsarbeid.



Emballasjeprosjekt på Ishøy

Ved Orkla Healths fabrikk på Ishøy produseres det vitaminer og mineraler til Norden og flere europeiske land under merker som Livol, Sanasol og Collett. De aller fleste produktene leveres i plastbokser. Orkla Health ønsker som et ledd i sin bærekraftstrategi å gå over til mer resirkulerbare emballasjealternativer, og samtidig redusere plastbruken i alle deler av verdikjeden ved fabrikken. Etter en fullstendig analyse ved Ishøy basert på Orklas eget emballasjeverktøy, er ambisjonen for 2020 at ca 50 % av emballasjen vil være mer bærekraftig. Som ett av flere tiltak skal også forbrukerinformasjonen til alle markeder om hvordan boksene kan kastes bli mer tydelig, og dermed bidra til økt resirkulering.

Sterkt engasjement for rene hav

Vi har mye arbeid foran oss for å sørge for at plast ikke havner i havet, men blir en ressurs som kan brukes på nytt og på nytt.

Hvert år havner over åtte millioner tonn plast i havet. For å ha et levende hav i fremtiden er det avgjørende at vi i dag finner løsninger for å hindre at mer plast finner veien til havet. Det viktigste vi kan gjøre i tillegg til å redusere plastbruken, er å sørge for at plasten blir en ressurs som kan brukes på nytt og på nytt.

Utviklingen i 2018

Veikart for mer bærekraftig plastemballasje

Orkla leder et nytt bransjeprojekt som skal utarbeide et veikart for hvordan aktørene i verdikjeden for emballasje i Norge kan bidra til å realisere den europeiske strategien for plast i en sirkulær økonomi. Prosjektet skal i sommeren 2019 legge frem forslag til virkemidler og tiltak for å nå målene om at all emballasje skal være mulig å gjenvinne.

Samarbeid for rent hav og sirkulær plastøkonomi

Orkla har engasjert seg aktivt i det norske Floke-prosjektet, som bruker innovasjonstilnærming for å løse samfunnsutfordringer. Målet er å forhindre at plast havner i havet, rydde opp strendene og øke gjenvinning av plast. Orkla har bidratt til



Tøyvask med resirkulert plastemballasje

Gjennom nybrottsarbeid på Klar-serien har Orkla Home & Personal Care forsket frem nye løsninger som de nå tar bredt ut på hele porteføljen. I 2018 har alle merkevarene for flytende tøyvaskemidler fått resirkulert plastemballasje. Ved å gjenbruke dette materialet i emballasjen vil Orkla spare kloden for 94 tonn plast i året. Samtidig reduserer vi CO₂-utslippet med hele 80 % ved å bytte fra ny HD-PE plast til resirkulert plast på tøyvaskflaskene alene.



Sammen for å redusere mikroplast

Pierre Robert Group og flere andre norske treningstøyprodusenter deltar i et forskningsprosjekt ved SINTEF for å lære mer om mikrofiber i treningstøy og andre tekstiler. Mikrofiber er mikroskopiske plastfibre som er mye brukt i klær fordi fibreene er så tynne at man kan lage tøy som både puster og er vanntett. Forskere fra Sintef, NTNU og universitetet i Sichuan i Kina undersøker i prosjektet ulike typer mikroplast, for å finne ut hvilke som skader miljøet og hvilke som er mindre skadelige. Dette gjøres blant annet gjennom testing av materialer i ferskvann og saltvann. I tillegg er det avgjørende å finne ut hvilken effekt dette har for organismene i havet. Gjennom prosjektet, som startet opp i 2017, ønsker Pierre Robert å lære mer om hva slags fibre og materialer som er mest miljøvennlige. Prosjektet går over tre år og er finansiert av Forskningsrådet.

utviklingen av konseptet «Materialbørsen», som skal bidra til gjenbruk gjennom kjøp og salg av plastmaterialer.

Strandrydding

Flere ansatte i Orklas selskaper i Norge, Sverige, Danmark og Baltikum har ryddet strender for plast, gjennomført dykk og gjort analyser av hva slags plast som ender på havbunnen. Orkla samarbeider med Hold Norge Rent og Håll Sverige Rent i dette arbeidet. Merkevaren Klar har adoptert en strand på Håøya i Oslofjorden og forpliktet seg til å gjennomføre minst tre årlige ryddedugnader. I Danmark samarbeider Naturli' Foods og Plastic Change for å mobilisere folk til å gå ut i naturen og samle plast.

Lærer skolebarn å resirkulere emballasje

Orkla Foods Sverige har gjennomført en felles kampanje med Håll Sverige Rent for å spre kunnskap om gjenvinning av emballasje blant svenske skoleelever fra 3. til 6. klasse. Gjennom undervisningsmateriell og film forteller de to aktørene om hvordan man skal resirkulere emballasjen fra Abba og Felix, som er blant Sveriges mest kjøpte matvarer. I tillegg er det gjennomført en butikkampanje med vekt på å oppmuntre det svenske folket til å gjenvinne emballasje på riktig måte.

Små grep gir mindre plast

Flere Orkla-selskaper har i 2018 tatt grep for å redusere plastbruken på eksisterende produkter og emballasje. Blant eksemplene er Idun Ketchup, som ved å bytte etikett på Idun Ketchupflasker bidrar til 70 % økt gjenvinning av plastflaskene. Etter at vi byttet fra plast til papp i Q-tips, vil vi fremover spare naturen for 16 tonn plast årlig.

Bærekraftige innkjøp

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2018	2017	2016
Ansvarlige innkjøpsrutiner					
308-1	Andel nye leverandører vurdert mht miljørisiko	%	100	100	100
308-2	Leverandører vurdert mht miljørisiko gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	307	373	275
308-2	Leverandører hvor miljøavvik er identifisert	Antall	7	8	7
308-2	Andel av leverandører med miljøavvik hvor forbedring er avtalt	%	100	-	-
308-2	Andel av miljørelaterte avvik som er utbedret	%	75	55	33
308-2	Andel av leverandører med miljøavvik hvor avtalen er avsluttet	%	0	-	-
414-1	Andel nye leverandører risikovurdert mht sosiale forhold	%	100	100	100
414-2	Leverandører vurdert mht sosiale forhold gjennom revisjon eller selvevaluering	Antall	75	67	39
414-2	Leverandører hvor avvik knyttet til sosiale forhold er identifisert	Antall	33	35	23
414-2	Andel av leverandører med avvik knyttet til sosiale forhold hvor forbedring er avtalt	%	100	-	-
414-2	Andel avvik knyttet til sosiale forhold som er utbedret	%	57	26 ³	38 ³
414-2	Andel av leverandører med avvik knyttet til sosiale forhold hvor avtalen er avsluttet.	%	0	-	-
204-1	Andel av innkjøp fra lokale leverandører ⁴	%	56	63	61

Bærekraftige råvarer

301-1	Forbruk råvarer ^{***}	Tonn	959 196	1 037 556	1 052 719
301-1	Andel fornybare råvarer ⁵	%	94		
FP2	Andel sertifisert kakao av totalt innkjøpt volum (UTZ Certified MB eller Fairtrade)	%	77	-	-
FP2	Andel sertifiserte marine råvarer av totalt innkjøpt volum (MSC eller ASC)	%	85	92 ⁶	81 ⁶
FP2	Andel sertifisert palmeolje og palmekjerneolje av totalt innkjøpt volum	%	75	42	42
	- RSPO SG	%	31	26	26
	- RSPO MB	%	17	12	10
	- RSPO Credits	%	28	4	6
FP2	Andel tekstilprodukter med Svanemerket	%	4*	11	0
FP2	Andel økologisk sertifisert bomull av totalt innkjøpt volum (GOTS)	%	10*	28	10
FP2	Andel verifisert mulesing-fri merinoull av totalt innkjøpt volum	%	100	100	100

³Gjelder andel av avvik knyttet til arbeidsforhold. ⁴Leverandører som befinner seg i samme land som Orklas mottakende virksomhet. ⁵Omfatter råvarer fra landbruk, andel av samlede råvarer (innkjøpsverdi). ⁶Gjelder Orkla Foods. * Omfatter oppkjøpt virksomhet som ikke tidligere er inkludert. *** Råvarer til egen produksjon, eks. ferdigvarer.

Bærekraftige innkjøp

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2018**	2017	2016
Bærekraftig emballasje					
301-1	Emballasjeforbruk	Tonn	133 514	136 590	99 000
301-1	Andel emballasje med materialer fra fornybare kilder	%	31	35	46
301-2	Andel av total emballasje med innhold av resirkulert materiale	%	44	70	53
Egendefinert	Andel av total emballasje som kan materialgjenvinnes	%	94	90	-

**Forbedret metode for informasjonsinnhenting og beregning av nøkkeltall



05 Miljøengasjement

Et sterkt engasjement for miljøet

Det haster med å finne løsninger for klimaendringene. Derfor tar vi i Orkla grep gjennom hele verdikjeden vår for å redusere utslipp i tråd med det vitenskapen mener må til for å redusere den globale oppvarmingen.



Det store bildet

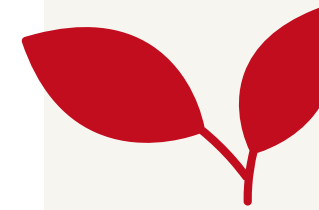
Klimaendringene er uten tvil vår tids største miljøutfordring. Den nye rapporten fra FNs klimapanel viser at det haster med å finne løsninger, og klimarisiko settes tydeligere på agendaen i næringslivet. For Orkla er den forretningsmessige risikoen primært knyttet til pris og tilgang til viktige jordbruksråvarer. Fabrikkene våre er i liten grad lokalisert i områder med risiko for flom eller vannmangel, men tørke og ekstremvær kan medføre økte kostnader for vann og energi. Endringer i regelverk eller politiske rammevilkår vil også kunne medføre kostnadsøkning. Samtidig øker bevisstheten rundt bærekraftig forbruk, og stadig flere ønsker miljøvennlige produkter. For Orkla betyr dette nye innovasjonsmuligheter.

Vår påvirkning

Sammenlignet med snittet for norsk industri er Orklas klimagassutslipp begrenset. Den største påvirkningen kommer i råvareproduksjonen og forbruksleddet. Derfor jobber vi i hele verdikjeden for å redusere utslipp. Orkla har ambisiøse mål for å gjennomføre overgangen til lavkarbonvirksomhet gjennom produktinnovasjon, investering i fornybar energi og reduksjon av energi, vann og avfall. For å skape vekst i årene fremover er det viktig for Orkla å kunne tilby produkter og tjenester med en konkurransedyktig miljøprofil. I takt med at stadig flere av Orklas fabrikker gjennomfører en omstilling til fornybar energi vil klimapåvirkningen fra produktene våre reduseres, og stadig flere produkter vil være produsert med 100 % fornybar energi.

Vår tilnærming

Orkla har en systematisk og helhetlig tilnærming til klimaarbeidet.



Bærekraftsmål frem mot 2025

- overgang til lavkarbonvirksomhet
- 60 %* reduksjon i klimagassutslipp
- 30 %* reduksjon i energi- og vannforbruk
- mål om fossilfri energi
- 50 %* reduksjon i matavfall
- tenke nytt om produkter og prosesser

[*Gjelder egen virksomhet. Basisår 2014]

Orklas bærekraftsløfte

«Innovere for å redde miljøet»

Detaljert beskrivelse av rutiner og arbeidsprosesser er tilgjengelig på Orklas nettsider under resultater og rapportering.

Med miljøarbeidet vårt bidrar vi til FNs globale bærekraftsmål 12, 13 og 17.

Orkla øker klimainnsatsen

Vi har som mål å redusere klimagassutslipp fra egen virksomhet med over 60 prosent innen 2025, og øker samtidig innsatsen for å redusere indirekte klimapåvirkning fra råvareproduksjon.

Ved å sette mål om klimagassreduksjon i tråd med hva som er nødvendig for å unngå den verste påvirkningen fra klimaendringer, posisjonerer Orkla seg for overgangen til en lavkarbonfremtid.

Utviklingen i 2018

På vei mot fornybar energi

Orklas nye klimamål ble i juli 2018 godkjent av den internasjonale organisasjonen Science Based Targets-initiative (SBTi). I tillegg til målet om 60 % reduksjon i klimagassutslipp fra egen virksomhet tar vi også ansvar for klimapåvirkningen i verdikjeden gjennom tiltak rettet mot produksjonen av råvarene vi bruker i produktene våre. Med våre nye mål har vi forpliktet oss til å redusere indirekte klimagassutslipp med 30 % innen 2025.

Orkla er godt i gang med omlegging fra fossil til fornybar energi. Selskapene våre jobber aktivt med å erstatte fossilt brensel med miljøvennlig energi, og stadig flere fabrikker blir fossilfrie. MTR Foods har gjennom flere år satset på fornybar energi og får nå dekket dekket rundt 50 % av strømforbruket fra solenergi. All strømmen vi bruker i Europa er allerede fornybar. Gjennom våre egne vannkraftverk i Sarpsborg og



Saudefaldene produserer vi fem ganger så mye elektrisitet som vi bruker. For å dokumentere fornybar strøm kjøper Orkla opprinnelsesgarantier knyttet opp mot egne vannkraftverk. Effekten av dette er 90 % lavere klimagassutslipp fra Orklas virksomhet. Andelen fornybar energi er 39 %. Til tross for både høyere aktivitet og oppkjøp av nye fabrikker er Orklas klimagassutslipp redusert i 2018.

Energiforbruk

Reduksjon i energiforbruket er et viktig klimatiltak. Gjennom Orklas sentrale energiprogram deles beste praksis, og stadig flere energieffektiviseringsprosjekter implementeres på tvers av forretningsområdene. Mange av fabrikkene har

gjennomført prosessforbedringer som har gitt energireduksjon. I tillegg er det gjort enkelte investeringer i nytt og mer energieffektivt produksjonsutstyr. Enkelte selskaper har redusert energiforbruket ved å flytte produksjonen til andre fabrikker eller forbedre eksisterende fabrikker. I sum er Orklas energiforbruk redusert med 10 % siden 2014*.

Vannforbruk

De fleste av Orklas virksomheter er lokalisert i områder med lav eller middels risiko for vannmangel, men mange selskaper ser viktigheten av å gjennomføre miljøinitiativ for å redusere vannforbruket. Blant tiltakene som er rapportert inn i 2018 er investeringer i rensing og resirkulering av vann, prosessforbedringer, innføring av måleprogram og opplæring av egne medarbeidere. I sum er Orklas vannforbruk redusert med 7,3 % siden 2014*.

Veien videre

Orkla vil forsterke klimasatsingen i 2019 ved å tydeliggjøre nye tiltak som kan påvirke reduksjon av klimagassutslipp. Gjennom Science Based Target-initiativet skal vi etablere planene for reduksjoner knyttet til aktiviteter utenfor Orklas egen virksomhet. I tillegg til å se på tiltak knyttet til egne råvareinnkjøp, vil vi vurdere hvordan vi kan være en partner for leverandørene våre, oppmuntre dem til å sette egne klimamål og følge opp reduksjonstiltakene deres på en mer systematisk måte.

Ostekakefabrikken i Frödinge blir fossilfri

Med pellets fra skog i nærheten, fjernvarme fra det lokale sagbruket og elektrisk energi fra vannkraft har Orkla Foods

Sverige lykkes med å omstille ostekakefabrikken i Frödinge til å bli fossilfri i 2018. Fabrikken i Frödinge er Orkla Foods Sveriges første anlegg som kun bruker fornybare energikilder, og er et viktig skritt på veien mot målet om fossilfri produksjon.



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



Setter klimarisiko på agendaen

Alvoret ved klimautfordringene har i løpet av kort tid endret samfunnsdebatten, og klimarisiko settes nå på agendaen i finansmiljøet og næringslivet. For Orkla er Science Based Targets sentralt i arbeidet med klimarisiko. Som ett av to norske selskaper fikk Orkla i 2018 klimamålene godkjent av den internasjonale organisasjonen Science Based Targets initiative (SBTi). Med dette forplikter vi oss til å redusere utslipp i tråd med hva som er nødvendig for å unngå den verste påvirkningen fra klimaendringer. 492 selskaper har forpliktet seg til å sette vitenskapelige mål, og 140 har fått sine mål uavhengig godkjent av SBTi. Orkla har de siste ti årene rapportert miljøinformasjon til investorinitiativet CDP, som er det ledende systemet for klima- og miljørapportering internasjonalt. I CDP-rapporten for 2018 fikk Orkla score B. CDP legger stor vekt på at selskaper jobber med å sikre konsekvenser og økonomiske effekter av klimaendringene. I Orkla har vi lagt klimarisikovurderinger til grunn for strategi og planer, og vi vil i 2019 starte utviklingen av en mer helhetlig metode for å kartlegge klimarisiko og muligheter. Sentralt her er vurdering av hva ulike klimascenarier vil innebærer for Orkla.

Mindre matsvinn gjennom effektiv ressursutnyttelse

Enten vi lager ketchup, potetchips eller andre dagligvarer, er vi opptatt av at råvarene vi kjøper, skal bli til ferdige produkter og ikke avfall. Det er både lønnsomt og miljøvennlig.

Orkla har gjennom flere år jobbet med å redusere matsvinn og avfall i egen produksjon. For å øke bevisstheten rundt dette etablerte vi i 2017 et sentralt program med felles arbeidsmetoder, aktiviteter og tiltak for å dele erfaringer og beste praksis. Vi har som mål å redusere matsvinn og avfall i egen produksjon med 50 % innen 2025.

Utviklingen i 2018.

Orklas modell for å redusere matsvinn og avfall er de siste to årene rullet ut i stadig flere fabrikker. Først ut var seks fabrikker som produserer chips og potetprodukter i Norge, Sverige, Danmark, Finland og Latvia. Prosjektet har sett på alt fra hvordan potetene skrelles og behandles ved de ulike fabrikkene til hvordan man kan redusere svinn på etiketter under produksjon. En egen guide for potetskrelling er tatt i bruk på tre produksjonslinjer som lager chips og pommes frites. Potetskrellingen på pommes frites linjene går 30 % raskere og resultatet er ca. 900 tonn mindre potetskrell som går til avfall. Gode resultater førte til et nytt prosjekt blant Orklas ketchup- og dressingfabrikker. Fremdriften har vært god i begge



prosjektene og fabrikkene har lyktes med å redusere avfall tilsvarende 7 mill. kroner siden oppstart. Samtidig er seks fabrikker som produserer væsker på flaske, inkludert i prosjektet. Gjennom analyser har fire av fabrikkene identifisert et potensial for avfallsreduksjon på rundt 40 % i snitt. I sum har tiltakene som er gjennomført, bidratt til en reduksjon i organisk avfall på 27 % siden 2014*.

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



Har bidratt med 1 million måltider

Matsentralen Norge er med på å bidra til å løse to store samfunnsproblemer: matsvinn og fattigdom. I løpet av de fem siste årene har Orkla bidratt med til sammen 1 million måltider til Matsentralen, med en miljøfordel på hele 1 500 tonn CO₂-ekvivalenter. Vi vil fortsette det gode samarbeidet med Matsentralen fremover, og har fra 2019 forlenget samarbeidsavtalen med tre nye år. Orkla har fabrikker rundt om i Norge, og det at Matsentralen nå har fått flere regionale sentraler, gir oss mulighet til å bidra over større deler av landet.

I tillegg til bedre utnyttelse av råvarene handler reduksjon av matsvinn også om å unngå at gode produkter kastes. Derfor samarbeider vi med Matsentralen i Norge og Matmissionen i Sverige, slik at selskapene våre kan gi overskuddsmat til dem som trenger det. Orkla Suomi gir overskuddsmat til WeFood, Finlands første supermarked for overskuddsmat, mens Hamé samarbeider med organisasjoner som deler ut mat. Vi samarbeider også med kunder og andre aktører i bransjen for å få ned matsvinnet gjennom hele verdikjeden. Orkla Foods Sverige deltar i et samarbeidsprosjekt med ordføreren i Skåne for å redusere matsvinn. I Norge er Orkla Foods med i prosjektet Optimat, som ser på hvordan råvarene kan utnyttes bedre. Gjennom kampanjer og oppskrifter har flere av selskapene gitt tips og råd til hvordan kunder og forbrukere kan bruke opp rester av produktene før de går ut på dato.

Veien videre

Vi vil i 2019 ta i bruk analysemetodikken fra arbeidet med avfallsreduksjon på stadig flere produksjonslinjer i Orklas fabrikker. Gjennom den norske samarbeidsavtalen på matsvinn jobbes det med å få på plass måleindikatorer for de ulike produktkategoriene og øke innsatsen knyttet til matsvinn, bedre sortering og optimal ressursutnyttelse. Flere av Orklas selskaper vil øke satsingen på nye emballasjeløsninger som er bra for å unngå matsvinn.

Integrerer bærekraft i innovasjonsprosessen

I Orkla ønsker vi at relevante bærekraftsspørsmål vurderes i alle trinn av innovasjonsprosessen. Det er viktig for å lykkes i å utvikle produkter og løsninger som representerer gode miljøvalg.

Omstillingen til bærekraftig produksjon og forbruk krever nytenkning i valg av råvarer og emballasje, produktdesign, produksjonsprosess og avfallshåndtering. For å oppnå vesentlig reduksjon av produktenes klimafotavtrykk og bidra til sirkulære verdikjeder gjør Orkla bærekraft til en integrert del av innovasjonsarbeidet.

Utviklingen i 2018

Orkla har i perioden 2017-2018 utarbeidet felles retningslinjer og maler for selskapenes produktutvikling, og har i den forbindelse inkludert bærekraft som en del av beslutningskriteriene i alle faser av innovasjonsprosessen. Samtidig har vi startet implementeringen av Orklas Climate Impact Tool, et verktøy for å beregne klimapåvirkningen fra produkter, som ble utviklet i 2017 i samarbeid med det svenske forskningssenteret RISE. Verktøyet gir innsikt i hvilke deler av produktenes verdikjede som utgjør den største miljøbelastningen, og gjør det enklere å oppdage forbedringsmuligheter. En rekke av selskapene våre har i løpet av året lansert nye produkter med redusert miljøpåvirkning og aktivt utforsket



mulighetene knyttet til sirkulære verdikjeder og forretningsmodeller.

Veien videre

Arbeidet med å utforske nye og mer miljøvennlige produkter, tjenester og prosesser vil fortsette i 2019 gjennom samarbeid med leverandører av råvarer og emballasje og deltakelse i eksterne forskningsprosjekter og partnerskap. Vi vil også gjennomføre en Masterclass i bærekraft for marketingfunksjonen og dele erfaringer fra arbeidet med bærekraftig innovasjon og merkevarebygging gjennom interne nettverk.

Produkter med miljøgevinst

Flere av Orklas selskaper har i 2018 lansert produkter med miljøsmart emballasje og andre nyheter som representerer gode miljøvalg.



Anamma Vegoprins

Plantebaserte alternativer til kjøtt fra Anamma gir lav miljøpåvirkning. Biobasert plastemballasje.



Solidox barnetannkrem

Norges første svanemerkede tannkrem til barn og unge.

Jordan Green Clean

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



Grumme gulvmopp

Nedbrytbare våtmopper med grønnsåpe, merket med Bra Miljøval.



Pierre Robert

Pierre Robert introduserer økologisk bomull i stadig flere av sine favoritter.



BOB

Resirkulerbare saftflasker fra gjenvunnet plast.

Miljøengasjement

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2018	2017	2016	Basisår 2014
Klimapåvirkning ⁷ og utslipp						
305-1	Klimagassutslipp fra egen virksomhet, scope 1	tCO ₂ e	118 408	127 821	122 163	134 320
305-1	Klimagassutslipp fra bio-energi, scope 1	tCO ₂ e	368	369	312	274
305-2	Indirekte klimagassutslipp, scope 2, lokasjonsbasert beregning	tCO ₂ e	71 159	73 113	72 605	94 797
305-2	Indirekte klimagassutslipp, scope 2, markedsbasert beregning*	tCO ₂ e	12 583	15 873	141 292	147 965
305-3	Estimerte klimagassutslipp fra råvarer og emballasje, scope 3 ⁸	tCO ₂ e	1 514 245	1 304 938	1 250 585	1 187 665
305-4	Utslipp av klimagasser (scope 1 og 2 lokasjonsbasert) pr. årsverk	tCO ₂ e/årsverk	10,2	11,1	10,7	12,7
305-4	Utslipp av klimagasser (scope 1 og 2 lokasjonsbasert) pr. omsetning	tCO ₂ e/ mill. NOK	4,6	5,1	5,2	5,6
305-6	Utslipp av osonnedbrytende gasser fra kjølemedier (ODS) ⁹	tCFC-11e	0,012	0,012	0,016	0,014
305-7	Utslipp av svoveldioksid	Tonn	11	16	16	16
305-7	Utslipp av nitrogenoksid	Tonn	97	103	104	107

Effektiv ressursutnyttelse

302-1	Elektrisitet fra egenprodusert vannkraft, solgt	GWh	2 320	2 760	2 490	2 570
302-1	Total energiforbruk egen virksomhet	GWh	1 062	1 096	1 080	1 085
302-1	Total energiforbruk fra fornybare kilder, inkl. opprinnelsesgarantier (markedsbasert metode)	GWh	413	408	2,2	0
302-1	Energiforbruk- fossilt brensel ¹⁰	GWh	551	586	571	494
302-1	Energiforbruk – fossilfri brensel	GWh	46	51	42	82
302-1	Energiforbruk- innkjøpt elektrisk energi	GWh	417	408	414	464
302-1	Energiforbruk - innkjøpt varmeenergi, inkl. fjernvarme	GWh	49	47	50	46
302-3	Energiforbruk pr. årsverk ¹¹	MWh/årsverk	57,4	60.3	59.5	65,9
302-3	Energiforbruk pr. omsetning ¹¹	MWh/mill. NOK	26,0	27.7	28.6	28,9

⁷Beregningene er basert på Greenhouse Gas Protocol Initiative (GHG protocol). Inkluderer CO₂, CH₄, N₂O, HFC, PFC, SF₆ og NF₃.
⁸Råvarer og emballasje er beregnet til å utgjøre 90-95% av utslipp fra scope 3-aktiviteter. For 2016 og 2017 er tidligere rapporterte tall justert for oppkjøpte virksomheter med unntak av råvareforbruk i Hamé. Tallene for 2014 er ikke justert for senere oppkjøpte virksomheter.
⁹ODS; Ozon depleting substances Det er en plan for utfasing av disse kjølemediene i de få fabrikkene der dette er i bruk (India og Russland)
*markedsbaserte utslipp tar hensyn til opprinnelsesgarantier for strøm (tilleggsdokument; GHG protocol)
¹⁰Omfatter bruk av naturgass, propan, olje, diesel, bensin. Orkla benytter standard omregningsfaktorer for ulike typer brensel.
¹¹Total energiforbruk i egen virksomhet, alle typer.

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2018	2017	2016	Basisår 2014
Effektiv ressursutnyttelse						
303-1	Totalt vannforbruk egen virksomhet	Mill. m3	7,6	8,2	8,1	8,2
303-1	Vannforbruk fra eksternt vannverk	Mill. m3	5,0	5,1	4,9	7,3
303-1	Vannforbruk fra grunnvann	Mill. m3	2,6	3,2	3,2	0,8
303-1	Vannforbruk fra regnvann og overflatevann	Mill. m3	0,0	0,0	0,0	0,0
303-3	Vann resirkulert i egen virksomhet	%	13 %	12 %	12 %	N/A
303-4	Utslipp av avløpsvann til sjøvann	Mill. m3	0,1	0,0	0,1	N/A
303-4	Utslipp av avløpsvann til eksterne renseanlegg	Mill. m3	3,6	3,9	3,3	7,0
303-4	Utslipp av avløpsvann til overflatevann	Mill. m3	1,9	2,0	2,2	0,4
303-4	Utslipp til vann- BOF	Tonn	5 760	5 428	4 882	4 874
303-4	Utslipp til vann- KOF	Tonn	5 451	6 046	4 112	5 895
303-4	Utslipp av avløpsvann i områder eksponert for vannmangel	Mill. m3	0,1	0,1	0,1	0,1
306-2	Organisk avfall	Tonn	65 906	74 845	86 603	90 033
306-2	Ikke farlig avfall - sortert	Tonn	11 925	13 344	13 695	17 476
306-2	Ikke farlig avfall - blandet	Tonn	14 864	11 672	11 231	10 691
Annet						
306-2	Farlig avfall	Tonn	296	216	233	392
306-3	Alvorlige utslippshendelser	Antall	6	19	-	-
307-1	Bøter og sanksjoner for brudd på miljøregelverk	Antall	1	1	-	-
307-1	Bøter for brudd på miljøregelverk	Mill.NOK	0	0	0	0

06 Omtanke for mennesker og samfunn

Sterkt lokalt engasjement for bærekraft

I Orkla ønsker vi å bidra til bærekraftig produksjon og forbruk. Gjennom samarbeid med andre kan vi utgjøre en reell forskjell og bidra til at det blir mer attraktivt å velge de bærekraftige løsningene.



Det store bildet

Skal vi lykkes i å begrense klimaendringene og sørge for bærekraftig ressursbruk, må vi være innstilt på reell omstilling. Sterk global konkurranse i kombinasjon med ny teknologi og innovasjon fører til nytenkning rundt hvordan verdiskapingen skjer. Samtidig representerer FNs bærekraftsmål nye forretningsmuligheter for næringslivet. Mange land preges av økende økonomiske ulikheter og høy arbeidsledighet. Utfordringene understreker næringslivets nøkkelrolle i å skape nye arbeidsplasser, øke produktiviteten og respektere grunnleggende rettigheter. Samarbeid og nye partnerskap mellom næringslivet, myndighetene og andre viktige samfunnsaktører vil være avgjørende for å skape vekst som er bærekraftig i økonomisk, miljømessig og sosial forstand.

Vår påvirkning

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



Bærekraftsmål frem mot 2025

- skape et sterkt lokalt engasjement for bærekraft
- være en ansvarlig arbeidsgiver
- skape sunne arbeidsplasser med null skader
- skape en kultur for integritet over alt
- skape en positiv forskjell gjennom lokalt engasjement

Orklas bærekraftsløfte

«Selv være den forandringen vi ønsker å se.»

Vi bidrar til FNs globale bærekraftsmål 12 og 15.

Orklas tilnærming

Orkla har en systematisk og helhetlig tilnærming til arbeidet med «Omtanke for mennesker og samfunn», som inkluderer interessentdialog og samfunnsengasjement, å være en ansvarlig arbeidsgiver, integritet og arbeidsmiljø, helse og sikkerhet. Detaljert beskrivelse av rutiner og arbeidsprosesser er tilgjengelig på Orklas nettsider under resultater og rapportering.

Samarbeider for en bærekraftig utvikling

Skal vi nå de globale bærekraftsmålene, er partnerskap helt avgjørende. Gjennom dialog og samarbeid med andre kan vi i Orkla utgjøre en reell positiv forskjell og bidra til FNs globale bærekraftsmål.

En god interessentdialog

I Orkla har vi en løpende dialog med våre ulike interessentgrupper for å forstå hva de er opptatt av, diskutere viktige temaer som berører vår virksomhet, og gjennom det kunne tilpasse oss endringer i samfunnet. Samarbeid med andre bedrifter, kunder, myndigheter, forskningsmiljøer og interesseorganisasjoner åpner samtidig opp for større løsninger og fremskritt enn det vi klarer alene. Vi er opptatt av å ha en felles tilnærming til interessentdialog i alle viktige markeder og har i 2018 styrket dialogen på flere områder, blant annet knyttet til ønsket om å etablere en sirkulær verdikjede for plastemballasje. Vi har fortsatt dialogen med myndigheter og politikere på nasjonalt nivå og i EU om næringspolitiske rammebetingelser, andre forhold relatert til virksomheten og arbeidet med å fremme god folkehelse og de globale bærekraftsmålene. Vi har også gjennomført dialogmøter med handelen, investorer og frivillige organisasjoner om bærekraftsarbeidet vårt. Våre viktigste interessenter og temaene for dialogen i 2018 er oppsummert i en egen illustrasjon og omtalt i de respektive temakapitlene.



Sterkt lokalt engasjement

Orkla-selskapene samarbeider med lokale myndigheter, skoler og organisasjoner for å bidra positivt til samfunnet. I sum bidro Orkla med 30,5 mill. kr. i støtte i 2018 til ulike typer samfunnsnyttige prosjekter. Eksempler på lokalt engasjement:

- **Sponser skolemat:** MTR Foods bidrar gjennom sitt samarbeid med The Akshaya Patra Foundation til at mer enn 6000 skolebarn på 60 skoler i Karnataka-regionen i India kan spise ernæringsmessig god skolemat. De har forpliktet seg til å gi 1 million måltider i året.
- **Frelsesarmeen:** Merkevarerne Toro, KiMs og Pierre Robert bidro til sammen med 1,5 millioner kroner for at Frelsesarmeen kan mette mager og gi flere varme føtter.
- **Fotballstiftelsens Gatelag:** Orkla Foods Norge har gjennom mange år engasjert seg for gatelagene og bidrar med et tilbud av mat og drikke og veiledning om sunt kosthold.
- **Sprer glede:** Orkla Healths Vitaminbjørner har siden 2015 gitt over 2 mill. kroner til Sykehusklovnene i Norge, Danmark og Finland.
- **Gode opplevelser for barn:** Hamé samarbeider med en rekke barnehjem og andre institusjoner for barn i Tsjekkia, og bidrar til gode opplevelser gjennom sommerleir og andre sosiale aktiviteter for barna.

- **Ikke mobb!** Orkla Foods Sverige samarbeider med organisasjonen Friends i kampen mot mobbing. Orkla Eesti støtter et program i regi av Kiusamisvaba Kool for å forebygge mobbing i estiske skoler.
- **Suppe til folket:** TORO samarbeider med Frelsesarmeen om «Suppe til folket» og gir årlig rundt 200 000 suppeporasjoner.
- **Hjelper barn:** Orkla Suomi samarbeider med stiftelsen Lasten Päivän Säätiö som gir alt overskudd til å støtte vanskeligstilte barn.



Promotering av FNs bærekraftsmål - #taketheball

På våren 2018 lanserte vi Orklas nye bærekraftsmål 2025 på et frokostmøte i Oslo med statsminister Erna Solberg til stede. I møter med statsledere verden rundt bruker hun en bærekraftsfotball som en konkret oppfordring om å ta ballen og mobilisere for bærekraftsmålene. Orklas konsernsjef Peter A. Ruzicka tok i 2015 oppfordringen om at næringslivet må bidra til FNs bærekraftsmål, og signerte da «The Businessworthy Pledge». På frokostmøtet tok vi utfordringen fra statsministeren om å mobilisere et sterkt næringslivslag for de globale bærekraftsmålene, og inviterte med ti andre norske selskaper som har bærekraft høyt på agendaen. Anmodningen vår til selskapene var å støtte opp om de globale bærekraftsmålene, fremheve ett av bærekraftsmålene spesielt og bli med på en felles kommunikasjonskampanje for å promotere FNs bærekraftsmål. Under Norway Cup 1. august entret ti toppledere fra NorgesGruppen, Coop, Rema, Tine, Mills, Storebrand, Jotun, DNB, PWC og DNV-GL fotballbanen sammen med Orklas konsernsjef. Her spilte de mot et lag bestående av norske TV- og idrettsprofiler. Gjennom dette markerte vi at selskapene vil mobilisere for å nå FNs bærekraftsmål.



Bidrar til et mer bærekraftig forbruk

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

I 2018 har vi i Orkla og merkevarene våre gjennomført ulike kampanjer og initiativ for å inspirere forbrukeren til et sunnere og mer bærekraftig forbruk. Samtidig har vi lansert flere nye produkter som gjør det enklere å ta gode miljøvalg i hverdagen.

Klar for en grønnere hverdag

For å lage produkter som forbrukerne ønsker å bruke, er teamet bak Orklas livsstilsmerke Klar opptatt av å samarbeide tett med dem som faktisk bruker produktene og involvere dem i testprosessen. I den lukkede Facebook-gruppen «Vi er Klar for en grønnere hverdag» får medlemmene teste nye produktlanseringer grundig. På den måten får Klar-teamet viktige, konkrete og ærlige tilbakemeldinger på produktene – både ris og ros. Utfra kommentarene bestemmes både navn, dufter og farge på emballasjen, før produktene endelig kommer ut i butikk. Tre grønne og effektive nyheter fra Klar i 2018 er Svanemerket tøyvaskpulver med 0 % parfyme, kjøkken-spray og en spray for glass og speil.





Naturli' Social Food Room

Naturli's nye butikk i København handler om mye mer enn å selge grønne dagligvarer over disken. For Naturli' handler det om å møte forbrukerne der de er i hverdagen, og om et sterkt sosialt fellesskap der de blant annet hjelper utsatte mennesker med å få en jobb. Derfor kalles butikken Naturli' Social Food Room. Naturli' har lange tradisjoner for å involvere forbrukerne aktivt i produktutviklingen og testingen, og gjennom Plantebevegelsen har de nær dialog med dem som er opptatt av en plantebasert livsstil. Gjennom butikken som åpnet høsten 2018, møter de også forbrukeren ansikt til ansikt. Hver dag leverer de plantebaserte varer til kunder i lokalområdet som dessverre ikke selv kan komme til butikken.

Investerer i nettbutikk for bærekraftige produkter

Orkla Venture investerte i 2018 i startupen Tise og inngikk en samarbeidsavtale som gir Orkla tilgang til en digital plattform med fokus på bærekraft rettet mot en raskt voksende brukergruppe av millennials. Gjenbruksapp'en Tise er en nettbutikk for bruktsalg av blant annet mote og interiør. I tillegg har Tise en egen nettbutikk for bærekraftige produkter, som det er vanskelig å kjøpe brukt. Her har Orkla flere produkter med en profil som passer. Som en del av avtalen skal Tise legge til rette for at flest mulig Orkla-selskaper kan være aktive på plattformen.

Kampanjer med mening

Pierre Robert Group har i 2018 fortsatt sin #Imadeyourclothes kampanje gjennom å intervju og filme noen av menneskene som jobber på fabrikkene som produserer klærne deres. Ved å vise videoene vil Pierre Robert bygge kjennskap blant forbrukere og synliggjøre verdien som ligger i hvert eneste lille klesplagg; noen har brukt tid på å sy sokken eller trøyen, så ta vare på den, reparer den og resirkuler den. Flere av de norske selskapene samarbeider med Frelsesarmeen og andre om å bidra med et beløp per solgte produkt til støtte for deres arbeid.

Orkla Home & Personal Care støttet Rosa Sløyfe-aksjonen med åtte av sine største merker, gjennom en stor butikkampanje i samarbeid med Coop. Rosa Sløyfe er en årlig aksjon til inntekt for Kreftforeningen og øremerket kampen mot brystkreft. Merkene Milo, Klar, Omo, Comfort, Dr Greve, Blenda, Define og Lano ga kr. 2,50 per solgte produkt i én måned, og

bidro i sum med 3 mill. kroner til Kreftforeningens arbeid mot brystkreft.

Mer resirkulering og gjenbruk av klær

Med den norske Tekstilaksjonen 2018 ønsket Pierre Robert og andre i motebransjen å ta ansvar og inspirere til mer resirkulering og gjenbruk. I alt 18 aktører deltok og stilte seg bak et felles manifest som viste både hva bransjen skal gjøre, og hva forbrukeren må gjøre for at man skal oppnå et mer bærekraftig forbruk i praksis. Pierre Robert deltok på frokostmøter og i debatter, og gjennomførte aktiviteter i sosiale medier for å skape interesse og inspirere. Blant annet viste de video laget av Tise der sommerkjolen styles med ullplagg fra Pierre Robert for å demonstrere hvordan man kan bruke samme klær i flere sesonger.

Deltar i forretningsrelevante forskningsprosjekter

For å få ny innsikt og utvikle løsninger for bærekraftig produksjon og forbruk deltar Orkla i flere forskningsprosjekter.

- **Planteproteiner:** Orkla Foods Norge deltar i prosjektet «Innovative and Sustainable exploration of plant proteins in future foods». Prosjektet skal bidra til økt inntak av plantebasert mat som har en positiv miljøpåvirkning, gjøre det enkelt for forbrukerne å ta gode og bærekraftige matvalg og gi økt verdi i en sirkulær bioøkonomi.
- **Alger:** Gjennom prosjektet «Energy-efficient processing of macroalgae in blue-green value chain» utforsker Orkla Foods Norge algedyrking. Formålet med prosjektet, som ble avsluttet i 2018, var å se på hvordan det å dyrke alger både

kan ha en positiv påvirkning på klimaendringene og være en næringsrik biologisk ressurs i matproduksjonen.

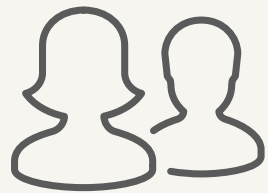
- **Sirkulære forretningsmodeller:** Orkla Home and Personal Care deltar i et forskningsprosjekt med Norges handelshøyskole for å beskrive fremtidens sirkulære forretningsmodeller.
- **Matens miljøpåvirkning:** Orkla Foods Sverige deltar i et samarbeidsprosjekt i regi av forskningssenteret RISE for å utvikle nye verktøy for dokumentasjon og deling av informasjon om matvarers miljøpåvirkning.

Kalles Kaviar #påminnpappa



I november fikk 600 000 Kalles Kaviar-tuber nytt utseende. For å støtte det svenske prostatakreftforbundets kampanje og minne pappaer om viktigheten av å teste seg for prostatakreft har Kalle fått bart. Prostatakreft er den vanligste typen kreft i Sverige, og 27 menn får diagnosen hver dag. For å skape oppmerksomhet rundt dette fikk et av Sveriges mest kjente ansikter bart. Kalle har i prinsipp sett lik ut siden lanseringen i 1954. Når han nå endret utseende, er det for en god sak. Med kampanjen #PåminnPappa ønsket Kalles Kaviar å benytte hver frokost og hvert kveldsmåltid til å gi en påminnelse til alle fedre om hvor viktig det er å teste seg.

Viktige temaer for interessentdialog i 2018



Medarbeidere

- Arbeidsmiljø og trivsel
- Kompetanseutvikling
- Omstilling i virksomhetene
- Forretningsstrategi og bærekraftsmål 2025



Myndigheter

- Sirkulær verdikjede for plast
- Bærekraftig matvareproduksjon
- Samarbeid for bedre folkehelse
- Negative effekter av sjokolade- og sukkervareavgift
- Avskogingsfrie leverandørkjeder
- Løpende dialog med tilsynsmyndigheter
- Lov om god handelsskikk
- Landbrukspolitikk og tollspørsmål
- Aktsomhetsvurderinger i leverandørkjeden



Kunder og forbrukere

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



Leverandører

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

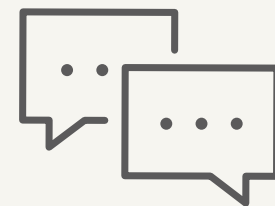
Viktige temaer for interessentdialog i 2018



Lokalsamfunn*

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

*Fem av Orklas selskaper har i 2018 fått klager fra naboer knyttet til støy eller lukt fra produksjonen, og alle har gjennomført tiltak for å minimere problemene.



Interesseorganisasjoner

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



Forskningsmiljøer

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



Investorer

- Orklas bærekraftsstrategi
- Klimarisiko
- Risikohåndtering
- Rapportering



Ansvarlig arbeidsgiver

Orkla fortsatte i 2018 satsingen på å utvikle gode arbeidsplasser kjennetegnet av respekt og omtanke, medarbeiderutvikling, like muligheter og rettferdige arbeidsbetingelser.

Utviklingen i 2018

Respekt for menneskerettigheter

Orklas «Ansvarlig arbeidsgiver- og menneskerettighets-policy», som ble revidert i perioden 2016-2017, er i 2018 implementert i alle forretningsområdene. Selskapene gjennomførte opplæringsaktiviteter og vurderte risikoen for uønsket praksis på de områdene policyen omfatter. Kartleggingen viste at risikoen for brudd på arbeidstakerrettigheter i Orklas virksomhet er gjennomgående lav i alle deler av konsernet. Selskapene har formaliserte rutiner for lønnsfastsettelse og arbeidsavtaler som forhindrer diskriminering, ivaretar retten til fremforhandlede kollektive avtaler og sikrer nødvendig vern om de ansattes rettigheter. Ingen av Orklas virksomheter har medarbeidere under 15 år, og de fleste praktiserer 18 års aldersgrense for ansettelse. I forbindelse med implementeringen av policyen har vi utarbeidet detaljerte retningslinjer for arbeidet med å forhindre diskriminering og trakassering, ivareta retten til medvirkning og sikre en lønn for alle medarbeidere som dekker grunnleggende behov. Selskapene har i løpet av året utarbeidet planer for å ytterligere styrke innsatsen knyttet til vårt mål om å være en ansvarlig arbeidsgiver.

Omfattende kompetanseutvikling

Orkla ønsker å bidra til gode muligheter for utvikling på alle nivåer og i alle land. De siste årene er arbeidet med medarbeiderutvikling vesentlig styrket gjennom bedre organisering, gjennomgang av Orklas sentrale kompetanseprogram og økt bruk av digital opplæring. I 2018 har vi implementert MyLearning, en ny portalløsning for kompetanseutvikling som bidrar til bedre og langt mer effektiv opplæring. For å styrke kompetansen og ytterligere profesjonalisere HR-arbeidet har vi i 2018 også gjennomført et kompetanseprogram for HR på tvers av forretningsområder og land. Som en del av Orklas sentrale kompetanseprogram har det vært gjennomført en rekke kurs og digital opplæring i både fag- og lederkompetanse. Selskapene har i tillegg gjennomført omfattende lokal opplæring i arbeidsrelaterte temaer som helse, miljø og sikkerhet og mattrygghet.

En harmonisert prosess og felles IT-verktøy for evaluering og oppfølging av ledere og administrativt ansatte er implementert i rundt 70% av selskapene, og målet er at alle virksomhetene skal omfattes av dette. I tillegg har selskapene egne rutiner for medarbeideroppfølging. Målet er at alle ansatte skal ha regelmessige utviklingssamtaler.

Aktiv medarbeiderinvolvering

Orkla har i 2018 gjennomført en felles medarbeiderundersøkelse for hele konsernet, og resultatene er brukt til å identifisere forbedringstiltak og involvere medarbeiderne i utviklingen av virksomhetene. Oppslutningen om undersøkelsen var god – svarandelen var på 84 %. Resultatene viste at Orkla har en høy andel medarbeidere med stort engasjement.

Mange er stolte av å jobbe i selskapet og opplever at de kan påvirke eget arbeid. Viktige forbedringsområder er knyttet til samarbeid på tvers av avdelinger og selskaper og effektivitet i interne arbeidsprosesser. Vi ser også behov for å legge enda bedre til rette for karriereutvikling. Resultatene fra undersøkelsen er gjennomgått i alle selskapene og medarbeiderne er blitt involvert i diskusjonen om forbedringstiltak.

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. Orklas konsernavtale, som regulerer samarbeidet mellom Orkla og de ansattes organisasjoner, ble i 2018 forlenget frem til 2020. Som et supplement til den sentrale bedriftsdemokratiordningen, er vi opptatt av at alle selskapene i konsernet skal ha formelle kanaler for medvirkning. Rundt 87 % av Orklas medarbeidere jobber i selskaper som har etablert dette. Ved siden av lønnsforhandlinger har de viktigste temaene i dialogen mellom ledelse og tillitsvalgte i 2018 vært medarbeiderundersøkelsen, arbeidsmiljø, helse og sikkerhet og omstillingsprosjektene som er omtalt på side 114. Ved gjennomføring av endringer som påvirker de ansatte skal de ansattes representanter involveres på et tidlig stadium i tråd med en prosess som er avtalt med Orklas sentrale tillitsvalgte. Varslingsperioden lokalt varierer avhengig av nasjonalt lovverk og type sak, men ved større endringer gis typisk fire til åtte ukers varslings-

Mangfold og like muligheter

Orkla er opptatt av mangfold og like muligheter. Flere av selskapene har i 2018 utarbeidet mangfoldspolicyer med

utgangspunkt i Orklas sentrale retningslinjer for mangfold, og en rekke selskaper har gjennomført tiltak for bevisstgjøring og opplæring.

Orkla har i en årrekke jobbet målrettet for å øke andelen kvinnelige ledere. Dette har gitt en positiv utvikling i kvinneandelen blant ledere på alle nivåer, og målet er å oppnå en jevn kjønnsbalanse blant ledere innen 2025. I forbindelse med de formelle årlige medarbeiderevalueringene som gjennomføres i alle deler av konsernet, ser vi bevisst etter kvinnelige lederkandidater, og ved rekruttering til ledergruppestillinger på selskaps- eller forretningsområdenivå praktiserer vi kravet om at det alltid skal være minst én kvinnelig kandidat.

Orkla har formelle, harmoniserte rutiner for rekruttering og lønnsfastsettelse som skal forhindre diskriminering. Til tross for dette viser interne lønnsanalyser at det finnes enkelte forskjeller i lønn mellom kvinnelige og mannlige ansatte som ikke kan forklares gjennom de formelle kriteriene for lønnsfastsettelse. Vi jobber målrettet for å unngå slike forskjeller og har blant annet utviklet en databaseløsning som gjør det enklere for selskapene å analysere lønnsinformasjon med tanke på å avdekke uønskede forskjeller.

Orkla har de siste årene forbedret de interne rutinene for håndtering og rapportering av klager og varslingsaker. Det har i 2018 vært én sak knyttet til mulig diskriminering i forbindelse med lønnsfastsettelse eller ansettelse, men det ble ikke avdekket kritikkverdige forhold.

Veien videre

Arbeidet med å fremme medarbeiderutvikling, medvirkning og mangfold vil fortsette i 2019, og forbedringsområdene som er identifisert gjennom risikokartleggingen og medarbeiderundersøkelsen i 2018 vil bli fulgt opp. Vi vil gjennomgå og ytterligere forbedre Orklas lederutviklingsprogram for yngre ledere og fortsette implementeringen av Orklas system for utviklingssamtaler og karriereplanlegging.



Feiring av kvinnedagen

Indiske MTR Foods er ett av mange selskaper som gjennomfører tiltak for å skape bevissthet om betydningen av mangfold. I forbindelse med den internasjonale kvinnedagen 8. mars har selskapet i en årrekke gjennomført opplærings-tiltak og feiret sine kvinnelige ansatte. I 2018 ble dagen brukt til å gjennomføre opplæring i selvforsvar. MTR Foods har også gjennomført e-læring i selskapets etiske retningslinjer og forebygging av seksuell trakassering for alle ansatte i løpet av året.

Integritet

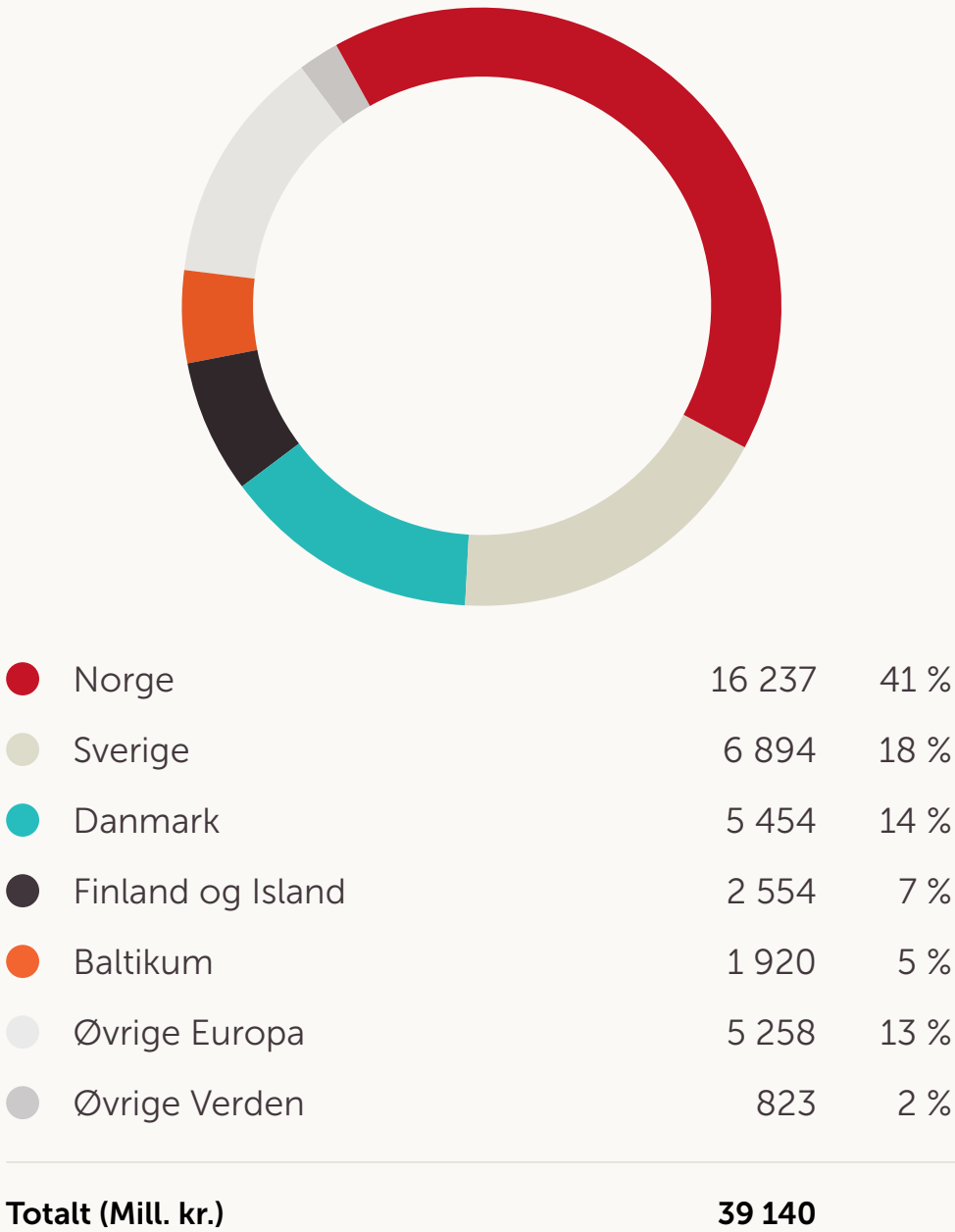
Orkla ønsker å bygge en bedriftskultur preget av integritet og god forretningsskikk, og har i 2018 styrket arbeidet med å fremme godt skjønn og forebygge etisk risiko.

Utviklingen i 2018

Korrupsjon og annen uetisk forretningspraksis begrenser mulighetene for økonomisk utvikling og hindrer konkurranse på like vilkår. I 2018 har vi fortsatt vårt langsiktige arbeid for å sikre bred kunnskap om Orklas etiske retningslinjer og forhindre uønsket adferd. Orkla har nulltoleranse for korrupsjon, avtaler om pris-samarbeid, markedsdeling, eller andre tiltak som begrenser den frie konkurransen. Orklas antikorrupsjonsmanual, konkurran-serettsmanual og etiske retningslinjer beskriver konsernets krav og retningslinjer på dette området. I 2018 lanserte vi en ny og forbedret varslingsfunksjon som blant annet gjør det enklere å varsle anonymt. Orkla har avdekket at ledere ved en av våre nylig oppkjøpte fabrikker utnyttet egen stilling til økonomisk vinning. Lederne er skiftet ut og interne kontrollrutiner er forbedret.

Vi har gjennomført e-læring i antikorrupsjon for et betydelig antall medarbeidere. I tillegg har vi gjennomført andre opp-læringstiltak i antikorrupsjon og Orklas etiske retningslinjer i flere av selskapene. Gjennom Orklas etiske leverandørkrav (Supplier Code of Conduct) stiller vi krav om nulltoleranse for korrupsjon hos leverandører, og leverandørene følges opp ved behov. I forbindelse med oppkjøp og større investeringer gjennomfører Orkla en vurdering av risiko for å bli involvert i brudd på regelverk

Geografisk fordeling av anvendt kapital



for korrupsjon og konkurranserett, og risikoreduserende tiltak gjennomføres der vi vurderer at risikoen er påtagelig.



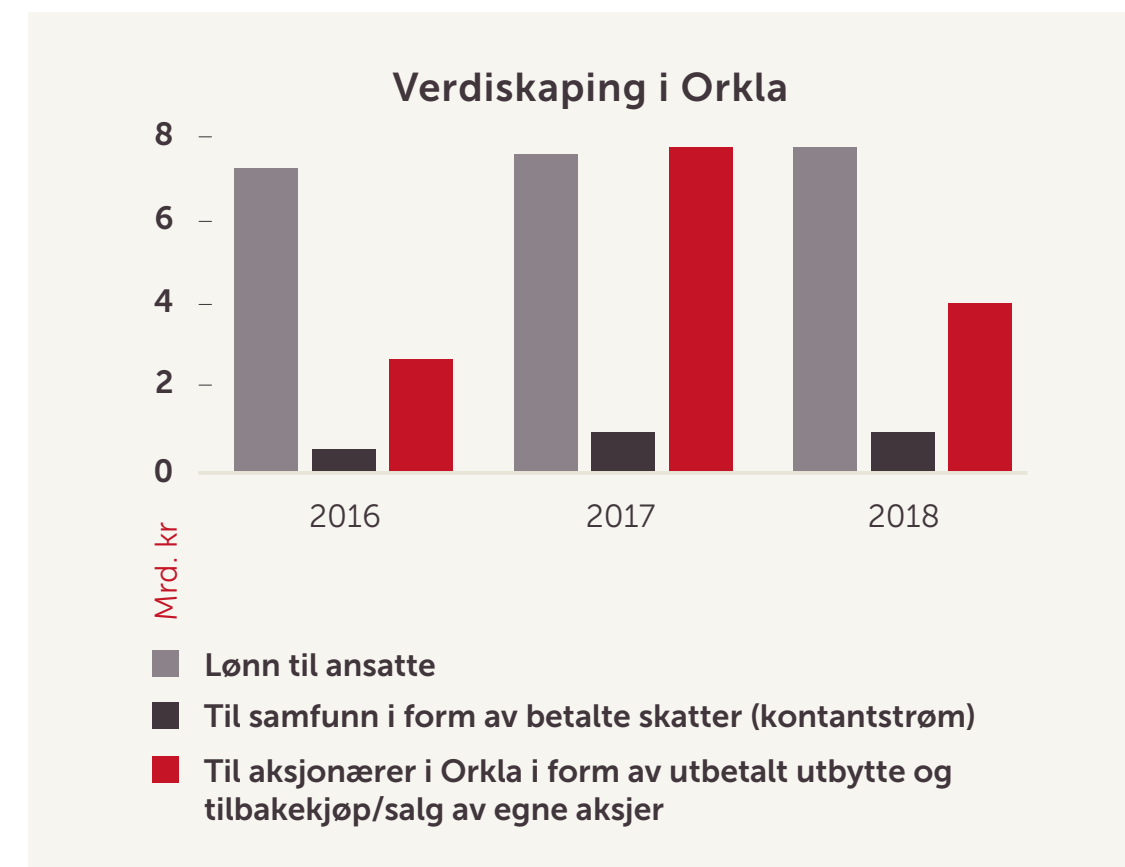
Orklas påvirkning i lokalsamfunnet

For å skape langsiktig konkurransedyktig virksomhet har Orkla i 2018 gjennomført en rekke investeringer i produksjonsforbedringer og noen større omstillingsprosjekter. Vi har startet et femårig program for investeringer i pizzaproduksjonen på Stranda, videreutviklet saftproduksjonen i Kumla, investert i utvidelse og oppgradering av matvareproduksjonen i Eslöv og forbedret byggingen av en ny og moderne sjokoladefabrikk i Latvia. De økte investeringene skaper positive ringvirkninger i form av arbeidsplasser og innkjøp fra lokale leverandører. Produksjonsvirksomhetene i Ålesund og Ringkøbing i Danmark er lagt ned, og det er besluttet å legge ned produksjonsvirksomhet i Kungälv i Sverige og Åbo i Finland. De tillitsvalgte har vært involvert i omstillingsprosjektene gjennom regelmessige drøftelsesmøter, og de 40 ansatte som har mistet arbeidet i forbindelse med fabrikknedleggelse, har fått støtte til å søke nytt arbeid eller ta videreutdanning. Orkla har også lagt vekt på åpenhet og dialog med viktige interessenter i lokalmiljøet.

I perioden 2016-2018 har Orkla forsterket den interne kontrollen med innsamling, behandling og lagring av personopplysninger. Blant annet er konsernets policyer revidert, interne retningslinjer er utarbeidet, og det er gitt omfattende opplæring. Samtidig er konsernets prosesser for håndtering av personopplysninger om ansatte og forbrukere forbedret.

Veien videre

Arbeidet med intern opplæring og etisk bevisstgjøring vil fortsette i 2019, og vi vil oppdatere Orklas antikorrupsjonsmanual. Samtidig vil Orkla fortsette implementeringen av nye og forbedrede verktøy for kartlegging og oppfølging av risiko for brudd på lovverk og interne retningslinjer. Blant annet fortsetter implementeringen av konsernets program for etterlevelse av EUs personverndirektiv.





God og ansvarlig markedsføring

Orkla er opptatt av ansvarlig markedsføring mot barn og unge og har en restriktiv praksis. I forbindelse med implementeringen av Orklas bærekraftsmål mot 2025 har selskapene lagt planer for å følge opp prinsippene om ansvarlig markedsføring beskrevet i EU Pledge. I Norge har Orkla vært sentral i etableringen av det frivillige bransjesamarbeidet, Matbransjens Faglige Utvalg og sitter også i utvalgets styre. Selskapene har i 2018 ikke hatt vesentlige saker knyttet til markedsføringsregelverk eller de frivillige retningslinjene som vi har forpliktet oss til å følge. Det er rapportert to saker knyttet til avvik i merkingen av produkter. I det ene tilfellet fikk Orkla medhold fra tilsynsmyndighetene. Den andre saken pågikk fremdeles ved inngangen til 2019. I Norge har myndighetene tatt initiativ til etablering av retningslinjer for markedsføring gjennom influencere der hensikten er å redusere kroppspress. Orkla har deltatt i utarbeidelsen av frivillige retningslinjer, i samarbeid med Mediebedriftenes Landsforening og Annonseforeningen.

Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet

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

Et trygt og sunt arbeidsmiljø er en grunnleggende rettighet for alle arbeidstakere og vesentlig for å sikre stabil og effektiv drift. Orklas ambisjon er å drive virksomheten med null skader. Vi skal oppnå dette gjennom god styring av risiko, systematisk arbeid med å forebygge skader og arbeidsrelaterte sykdommer og involvering av alle ansatte. Orkla ønsker at alle selskaper etablerer prinsipper for helsefremmende arbeidsplasser, som er tilpasset forholdene i det enkelte land.

HMS-arbeidet i selskapene er basert på kravene og retningslinjene i Orklas HMS-standard. Det systematiske forbedringsarbeidet drives med vekt på å etablere høy kunnskap og bevissthet, gjennomføre forebyggende tiltak og sørge for effektiv rehabilitering. Risikoanalyse danner grunnlaget for å kunne etablere gode handlingsplaner, og alle selskapene har utarbeidet slike analyser. På tvers av selskaper og land er en vesentlig del av risikoen knyttet til ergonomi, bruk av maskiner,

fall, lagring og håndtering av kjemikalier, psykososialt arbeidsmiljø og mangelfull kunnskap om sikkerhetsrisiko og rutiner.

Utviklingen i 2018

Systematisk opplæring og oppfølging

HMS-arbeidet følges opp på selskaps- og forretningsområdenivå gjennom rapportering til ledergruppene, konsernledelsen og Orklas styre. I perioden 2014 - 2018 er alle Orklas fabrikker revidert etter en plan, og nyervervede selskaper er raskt blitt introdusert til Orklas HMS-standard. Hensikten med revisjonene er, i tillegg til å sikre at virksomhetene jobber forsvarlig etter lover og regler, å bidra til læring gjennom systematisk observasjon og tilbakemelding.

One Orkla HMS-kultur

I 2018 utviklet vi Orkla Golden Rules for å styrke HMS-kulturen og støtte arbeidet for null skader. Golden Rules understreker viktige områder i konsernets HMS-standard, som skal følges av alle våre ansatte, og er basert på læring fra HMS-arbeidet og hendelser i Orkla. Orkla arrangerte et første felles nettverksmøte for å involvere hele Orkla i utviklingen av Golden Rules. I uke 42 ble det gjennomført en egen HMS-uke med ulike aktiviteter og opplæring på alle Orklas kontorer og fabrikker. Her ble Golden Rules introdusert, og alle medarbeidere skrev hva HMS betyr for dem på egne plakater. MTR Foods mottok pris for sin gjennomføring. I tillegg avholdt Orkla kurs, workshoper og nettverkssamlinger for fagpersoner for å utveksle erfaring og dele kompetanse. I 2018 er det gjennomført ca. 28 000 timer organisert HMS-opplæring for om lag 13 500 ansatte i regi av konsernet og selskapene.

Helsefremmende arbeid

Det registrerte sykefraværet i Orkla var 4,8 % i 2018, på samme nivå som i 2017. Sykefraværet er et kompleks felt som bestemmes av mange faktorer på forskjellige nivåer og som påvirker hverandre på ulike måter, og med ulik styrke. Variasjonene er store mellom land og selskaper, og det jobbes kontinuerlig med forbedringstiltak for å følge opp fravær og drive forebyggende aktiviteter. I tillegg til den brede innsatsen knyttet til opplæring og forbedring av interne rutiner har flere av selskapene i 2018 gjennomført initiativ for å fremme god helse. Forebyggende aktiviteter er viktig for å unngå fremtidig sykefravær, og vi kartlegger derfor helserisiko slik at vi kan gjøre de riktige tiltakene. Flere selskaper i Orkla har gjort risikovurderinger som viser at ergonomi og psykososialt/organisatorisk arbeidsmiljø er det området med størst påvirkning på sykdom relatert til arbeid og arbeidshelse. Synlig ledelse og oppfølging av medarbeidere er nødvendig for å oppnå resultater, og arbeidsmiljøundersøkelser er et verktøy for å identifisere viktige forbedringsområder. Mange av selskapene har lagt langsiktige planer for å bedre arbeidsmiljøet basert på resultater fra Orklas globale medarbeiderundersøkelse.

Skader

Det har vært en nedgang i skader med fravær sammenlignet med 2017. Skadefrekvensen (H1) i 2018 var 4,1 sammenliknet med 5,7 i 2017. I 2018 har det vært få arbeidsuhell der medarbeidere er kommet alvorlig til skade. De fleste skadene er av mindre alvorlig karakter, som kutt, slag og klemskader. Alle sakene er fulgt opp i de respektive selskapene. Rapportering

og granskning av HMS-hendelser gir viktig informasjon for å forhindre fremtidige ulykker og hendelser, og for å sikre kontinuerlige forbedringer. Dette bidrar til økt forståelse for risiko og bevisstgjøring i organisasjonen.

Selv om antall arbeidsulykker i Orkla ikke er på et tilfredsstillende nivå, har mange selskaper hatt en positiv utvikling gjennom 2018. Mange av selskapene har ikke registrert noen skader med fravær i løpet av året. Selskapene har gjennomført en rekke tiltak for å forebygge skader. I tillegg til omfattende opplæring og forbedring av interne rutiner, er det gjennomført ulike typer sikringstiltak som økt bruk av verneutstyr, bedre merking og utskiftning av gammelt utstyr. Ut fra visjonen om null skader har Orkla Foods Sverige og Orkla sentralt jobbet med å skape forståelse for sikkerhetsdialoger mellom leder og ansatte. Det er utviklet informasjonsmateriell og gitt opplæring, som skal implementeres videre i hele Orkla.

Veien videre

Det skadeforebyggende og helsefremmende arbeidet vil fortsette å få full oppmerksomhet i alle deler av organisasjonen, for å redusere både sykefravær og antall skader. Erfaring viser at arbeid etter sentrale HMS-prinsipper 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.

Omtanke for mennesker og samfunn

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2018	2017	2016
Interessentdialog og samfunnsengasjement					
203-1	Støtte til eksterne organisasjoner og prosjekter				
	- Investering i lokal infrastruktur	Mill. NOK	1,5	-	-
	- Økonomisk støtte til samfunnsnyttige tiltak	Mill. NOK	17,6	17,3	16,5
	- Verdi av produkter og arbeidsinnsats (pro-bono)	Mill. NOK	11,4	12,3	4
415-1	Offentlige tilskudd mottatt ila året				
	- Tilskudd til driftsinvesteringer, arbeids- og miljøtiltak	Mill. NOK	40,8	14,6	17,9
	- Råvarerepriskompensasjon	Mill. NOK	159,8	161,2	173,6
202-2	Andel av ledergruppedlemmer rekruttert fra landet der virksomheten er lokalisert	%	91	95	-
415-1	Samlet verdi av bidrag til politiske formål	Mill. NOK	0	0	0
417-2	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for produktmerking	Antall	2	3	2
417-3	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for markedsføring	Antall	0	2	1
Ansvarlig arbeidsgiver					
405-1	Mangfold blant medarbeidere				
	- Antall ansatte totalt	Antall	18 510	18 178	18 154
	- Andel administrativt ansatte	%	47,0	40,5	39,4
	- Andel operatører	%	53,0	59,5	60,6
	- Andel ansatte under 30 år	%	13,0	-	-
	- Andel ansatte 30-50 år	%	51,7	-	-
	- Andel ansatte over 50 år	%	35,3	-	-
	- Kvinneandel totalt	%	47,8	48,7	48,5
	- Kvinneandel administrativt ansatte	%	47,5	47,4	48,6
	- Kvinneandel operatører	%	48,1	49,7	48,4

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2018	2017	2016
Ansvarlig arbeidsgiver					
405-1	Mangfold blant ledere				
	- Ledere totalt alle nivåer	Antall	1847	1824	1751
	- Kvinneandel ledere totalt	%	41,4	40,0	37,5
	- Andel ledere totalt under 30 år	%	1,7	-	-
	- Andel ledere totalt 30-50 år	%	61,5	-	-
	- Andel ledere totalt over 50 år	%	36,8	-	-
	- Ledere i Orklas konsernledelse	Antall	10	9	9
	- Kvinneandel Orklas konsernledelse	%	20	11	11
	- Ledere i ledergrupper på konsern- forretningsområde og selskapsnivå	Antall	338	382	407
	- Kvinneandel ledergrupper på konsern-, forretningsområde- og selskapsnivå	%	34,9	34,3	35,1
401-1	Endringer i arbeidsstokken				
	- Antall nyansatte	Antall	2 054	1 810	-
	- Turnover (nyansatte/totalt ant. ansatte)	%	14*	10	-
404-1	Gjennomsnittlig antall timer organisert opplæring pr. ansatt	Timer	6,8	7,0	8,2
412-1	Risikovurdering menneskerettigheter				
	- Antall forretningsenheter som har gjennomført risikovurdering ila året	Antall	35	-	-
	- Andel forretningsenheter som har gjennomført risikovurdering ila året	%	83	-	-
412-2	Opplæring i menneskerettighetstemaer				
	- Totalt antall timer opplæring	Timer	29 700	26 700	22 800
	- Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	%	74	45	39
404-3	Andel medarbeidere omfattet av rutiner for regelmessig utviklingssamtale				
	- Totalt	%	61	59	63
	- Ledere	%	86	97	93
	- Administrativt ansatte	%	85	76	83
	- Salgsmedarbeidere	%	88	83	81
	- Operatører	%	48	45	49
406-1	- Formelle klager eller saker knyttet til regelverk for diskriminering	Antall	1	2	0

*Inkluderer nyansatte og tidligere ansatte som har fått ny jobb i fusjonerte selskaper

GRI-ref.	Indikatorer	Enhet	2018	2017	2016
Integritet					
205-2	Antikorrupsjonsopplæring				
	- Antall ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	Antall	3 946	1 807	671
	- Andel ansatte som har gjennomført opplæring ila. året	%	21,3	9,9	3,7
205-3	Formelle klager og saker knyttet til korrupsjonsregelverk	Antall	1	0	0
206-1	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for konkurranserett	Antall	0	0	0
418-1	Formelle klager og saker knyttet til regelverk for personvern	Antall	0	-	-
419-1	Brudd på regelverk knyttet til sosiale og økonomiske forhold				
	- Verdi av vesentlige bøter eller sanksjoner	Mill. NOK	0	-	-
	- Antall ikke-finansielle sanksjoner	Antall	0	-	-
	- Antall saker håndtert gjennom offentlige klageorgan	Antall	4	-	-

Arbeidsmiljø, helse og sikkerhet

403-10	Sykefravær ¹²				
	- Sykefravær totalt	%	4,8	4,7	4,3
	- Sykefravær Norge	%	5,9	5,3	5,6
	- Sykefravær i Norden (ekskl. Norge)	%	4,4	4,4	4,5
	- Sykefravær øvrige verden	%	4,8	4,8	3,1
403-9	Skader ¹²				
	- H1 ¹³ totalt		4,1	5,7	5,4
	- H1 Norge		2,3	3,8	3,5
	- H1 i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum		5,4	7,2	7,7
	- H1 Øvrige verden		3,5	5,3	3,7
	- H2 ¹⁴ totalt		8,9	12,7	10,8
	- H2 i Norge		8,7	9,3	9,1
	- H2 i Norden (ekskl. Norge) og Baltikum		11,9	16,2	15,4
	- H2 øvrige verden		6,2	8,7	5,6
	- Arbeidsrelaterte dødsfall		0	0	0

¹²Tallene for 2018 inkluderer flere nylig oppkjøpte virksomheter som ikke tidligere er omfattet av rapporteringen

¹³Antall personskader med fravær pr. million arbeidstimer

¹⁴Antall personskader med fravær, behov for medisinsk behandling eller arbeidsbegrensning pr. million arbeidstimer