



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2022

for Eurosko Norge AS



*Ethical Trade Norway has assessed the report of Eurosko Norge AS to meet the criteria of our Base Level. More information about our Base Level can be found **here**.*





FNs BÆREKRAFTSMÅL



Til lesere av rapporten

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

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

OECDs begrep ansvarlig næringsliv er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. Det er den systematiske innsatsen virksomheter gjør for å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning, samt rette opp skade for mennesker, samfunn og miljø – såkalte aktsomhetsvurderinger (due diligence). Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger og etterleve FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner.

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

Heidi Furustøl

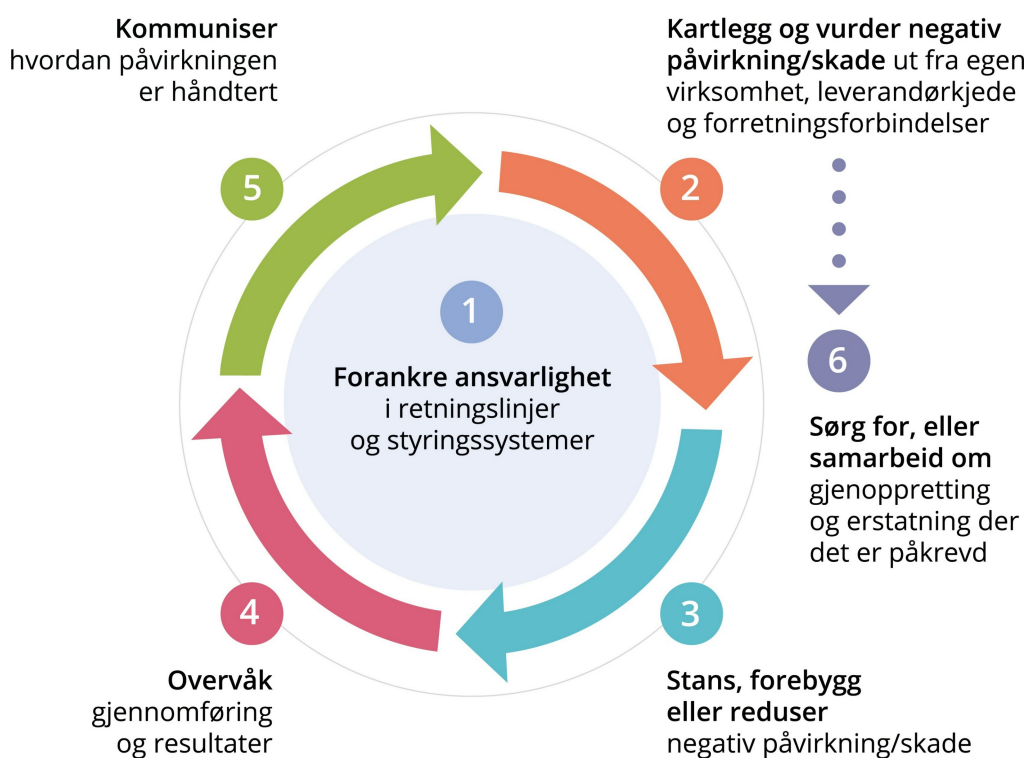
Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

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

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



Forord av daglig leder

Endelig kan vi legge bak oss et år hvor våre markeder ikke har vært preget av korona pandemi. Men en stor andel av vår produksjon skjer i Kina og der har dessverre situasjonen vært en helt annen. Det har vært store korona utbrudd og dette er søkt bekjempet med nedstengninger og strenge restriksjoner for reiser. Vi har derfor, heller ikke i 2022, kunnet reise til Kina. Det har ikke vært reiserestriksjoner i noen av de andre landene vi har produksjon.

Vi gjør vårt ytterste for å holde takten oppe i utvikling av vårt CSR arbeid rettet mot vår produksjon i Kina, men manglende tilstedeværelse fra vår side gjør selvsagt dette arbeidet klart vanskeligere. Alle våre linebuildere og designere utfører direkte og indirekte arbeid for å følge opp våre krav og standarder ved sine reiser hos leverandører i alle land. Vi ser frem til at vi igjen kan reise inn i Kina og følge opp dette arbeidet også ved egen fysisk tilstedeværelse.

Det er gledelig å konstatere at kinesiske myndigheter i januar har lettet på reiserestriksjonene og hvis ikke dette forandrer seg igjen ligger det an til at vi igjen kan reise inn i Kina som normalt i mai.

Kravene til våre leverandører påvirkes ikke av reiserestriksjonene og vi har videreført de tiltakene vi tidligere har innført gjennom pandemien. Våre lokale, mangeårige samarbeidspartnere forvalter våre krav og vi får igjen bekreftet hvor viktig lange og gode relasjoner er i utfordrende situasjoner. På lik linje med de to foregående årene er vi ytterst forsiktige med å prøve ut nye produsenter i Kina.

Parallelt med dette øker aktiviteten i India gradvis og her sikrer vår fysiske tilstedeværelse også førstehånds innblikk i den reelle kvaliteten på bla. CSR arbeidet hos produsentene. Økt aktivitet i India innebærer også at vi utvider antall leverandører/fabrikk og vi har derfor i løpet av året gjennomført kartlegging av flere produsenter nettopp for å sikre kvalitet i alle deler av produksjonen og på CSR arbeidet.

For selskapet er det positivt å konstatere at CSR fokuset og vårt interne arbeid mer og mer er blitt en naturlig del av vår virksomhet i alle ledd av verdikjeden. Selv om kravene og omfanget av dette arbeidet øker, stiger også effektiviteten i dette automatisk når det i større grad blir en naturlig del av vårt daglige arbeid og en basis hygiene faktor.

Vi utvikler gradvis vår kommunikasjon med våre kunder rundt bærekraft og konstaterer at interessen er økende. Dette innebærer en positiv utfordring for hele bransjen og oss.

" For selskapet er det positivt å konstatere at CSR fokuset og vårt interne arbeid mer og mer er blitt en naturlig del av vår virksomhet i alle ledd av verdikjeden. Selv om kravene og omfanget av dette arbeidet øker, stiger også effektiviteten i dette automatisk når det i større grad blir en naturlig del av vårt daglige arbeid og en basis hygiene faktor. "

Torgeir Gulbrandsen
CEO

Styrets signatur

BankID Signing
Thor Arne Falkanger
2023-02-07



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2022

for Eurosko Norge AS



Trondheim
07.02.2023

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Eurosko Norge AS

Adresse hovedkontor

Solgaard Skog 86

Viktigste merker, produkter og tjenester

Euro Sko Norge AS har 5 skokonsepter i Skandinavia: Eurosko, dna, Shoeday, Shoe Gallery og Tops. I tillegg kommer Tilbehørshuset som selger tilbehør som vesker og skopleiemidler. Grupperingen har en stor portefølje av egne brands, som selges i ett eller flere av våre konsepter. Viktigste merker; Stockholm Design Group, Okaki, Softwalk og Ponny. De fleste av våre konsepter selger også eksterne brands som Adidas, Nike og Birkenstock.

Beskrivelse av bedriftens struktur

Selskapet eies av våre medlemmer/aksjonærer.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

2 985 000 000

Antall ansatte

50

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Tallet over er det totale antallet ansatte ved Euro Sko Norge AS sitt kontor i Moss. Det har ikke vært noen vesentlige organisatoriske endringer i 2022.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Nina Ekstrøm - CSR officer

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

nina.ekstrom@eurosko.com

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Essensen i kjede-organisasjonen er utvikling og import av Inhouse Brands, ansvar her ligger hos CPO. I tillegg tilrettelegges for kjøp og salg av eksterne merker til alle våre konsepter, via vår retail avdeling. CSR officer er plassert midt i produktavdelingen for å minimere avstand mellom skoproduksjon og gjennomføringen av aktsomhetsvurderinger etc i CSR arbeidet. Rapporten for 2022 vil for første gang også omfatte "Eksterne Brands".

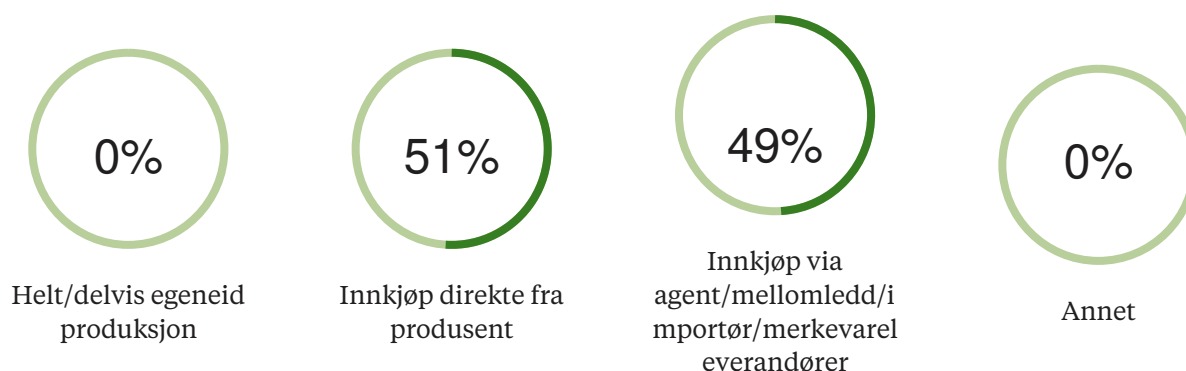
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

197

Kommentar til antall leverandører

Vi starter rapportering på samtlige merker, og ikke bare egenproduksjon i alle konsepter for første gang i 2022. Derfor et kraftig hopp opp i antall leverandører fra 2021. Inhouse Brands Leverandør andelen er 47, som er en nedgang fra 2021. Dette er et resultat av vårt ønske om å redusere og optimalisere vår leverandørportefølje på egne brands. Ingen nye leverandører er opptatt i vår leverandørportefølje for 2022. Kartlegging og aktsomhetsvurderinger av egne leverandører er godt i gang. Mange av våre leverandører har flere førsteleddsprodusenter (se liste over førsteleddsprodusenter). Disse kartlegges pr sesong ned til modellnivå og garverier. «Eksterne Brands» utgjør 150 leverandører. Dette utgjør omtrent halvparten av vår omsetning. En omfattende jobb med konsentrasjon av samarbeidspartnere har pågått i hele 2022. Kartlegging av bærekraftsarbeidet til våre prioriterte partnere er påbegynt i 2022. Vi har prioritert leverandører som utgjør en stor del av salgsvolum. Kartleggingsgrunnlaget så langt er mangelfullt, og vi opplever utfordringer med å innhente informasjonen fra store internasjonale firmaer. Så langt består vårt kartleggings-arbeide i å innhente informasjon om produksjonsland, region, produksjonssted, omfanget av aktsomhetsvurderinger, CoC, sertifiseringer og medlemskap.", "supplychain_description": "Essensen i kjede-organisasjonen er utvikling og import av Inhouse Brands, ansvar her ligger hos CPO. I tillegg tilrettelegges for kjøp og salg av eksterne merker til alle våre konsepter, via vår retail avdeling. CSR officer er plassert midt i produktavdelingen for å minimere avstand mellom skoproduksjon og gjennomføringen av aktsomhetsvurderinger etc i CSR arbeidet. Rapporten for 2022 vil for første gang også omfatte "Eksterne Brands".

Type innkjøp/ leverandørforhold



Innkjøpsvolum er her rapportert i "antall par" i markedet. Innkjøp direkte fra produsent indikerer "Inhouse Brands" og Innkjøp via agent etc indikerer "Eksterne Brands".

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	94
India :	6
Italia :	8
Portugal :	8
Spania :	5

Dette er tall for "Inhouse Brands".

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som bedriften har oversikt over, og hvor mange produsenter dette er basert på.

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

Vi har ikke utarbeidet ferdig statistikk på dette for 2022, informasjon kan fås pr. fabrikk på forespørsel. Vi har iverksatt kartlegging av alle våre produsenter, og vil ha fullstendig statistikk på dette i 2023. Kartleggingen er også en del av vårt nye samarbeid med Amfori.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Polyuretan (PU)	Kina
Skinn	Kina Spania India Italia Portugal
Textil	Kina Portugal

Euro Sko Norge har en policy der vi forventer at våre leverandører kjøper vårt lær fra LWG reviderte garverier. Dette kommer frem i samtlige dokumenter som sendes leverandørene. Dette gjelder både eksterne og egne brands.

Vår Code of Conduct har klare retningslinjer for dyrevelferd.

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Rettferdig Partner

Oppnå full gjennomskiktighet for å sikre en bærekraftig og rettferdig verdikjede; krav, minimumskriterier, kartlegging, rapportering og oppfølging av eventuelle funn. Øke kompetansen internt, for å forbedre resultatet i ytterste ledd av verdikjeden.

Mål:

Status:

Pågående arbeid, men økende forståelse hos våre leverandører av "Inhouse brands". Arbeidet videreføres for 2023.

Økt kompetanse gjennomført, ytterligere satsning på CSR ressurser iverksatt i slutten av 2022, og videreføres i 2023.

2

Miljø

Redusere og effektivisere vår logistikk kjede, for å redusere utslipp.

Mål:

Videreutvikle vår RSL i samarbeid med autoriserte kjemiske laboratorier.

Kartlegge for klimaregnskap, Scope 1.

Status:

Økende fokus på logistikk, gir mer effektiv utnyttning av transportmetoder. Fører til færre "turer" og redusert utslipp.

Kartlegging og utvelgelse av samarbeidspartner for klimaregnskap er gjennomført og valgt. Arbeidet videreføres i 2023.

3

Samarbeid

Økt sosial dialog med våre forbrukere, hjelpe våre kunder å ta bedre valg i hverdagen.

Mål:

Synliggjøring av veganske og andre bærekraftige produkter på web og i butikk.

Ytterligere integrering av bærekraftsarbeide i alle våre rekrutteringsprosesser og opplæringsarenaer.

Status:

Tekniske og innholdsmessige forbedringer av websider gir oss mer tilbakemelding. Arbeidet videreføres i 2023.

Egne kategorier og bedret informasjon gir veganske produkter mer synlighet.

Informasjon om bærekraftsarbeide er inkludert i alle våre rekrutteringsprosesser og avtaleverk.

4

Mål: Innovasjon
Vi vil bruke mer innovative bærekraftige materialer og øke andelen resirkulerte materialer. En rivende utvikling av nye bærekraftige materialer pågår, Eurosko Gruppen ønsker å bidra til videre utvikling og synlighet av dette.

Status: Andelen resirkulerte materialer er svakt økende, men vi er ikke i mål med dette området. Arbeidet fortsetter i 2023.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

I 2023 vil vi videreføre arbeidet med å nå de langsiktige målene i bærekraft-strategien frem mot 2025. Virksomheten vår er ansvarlig for å sikre at passende prosesser og kontroller er på plass for å levere, overvåke og rapportere i tråd med våre forpliktelser. Vi tror at tillit er etablert og opprettholdt ved å gjøre forretninger på den riktige måten, vi ønsker å bli anerkjent som ledende på åpenhet i skobransjen. 2023 vil brukes til å optimaliserer våre nye verktøy og økte resurser.

Fortsette aktsomhets-vurderinger på egne merker, økt fokus på levevilkår via samarbeidet med Amfori.

Gjennomføre kartlegging og oppfølging av alle eksterne brands som bidrar med mer enn 1% av innkjøpet totalt i par.

Kartlegge for klimaregnskap, Scope 1.

Øke bruken av miljøvennlige skoer.

Redusere bruk av plastposer. Øke tilgjengeligheten av bærekraftige handlenett.

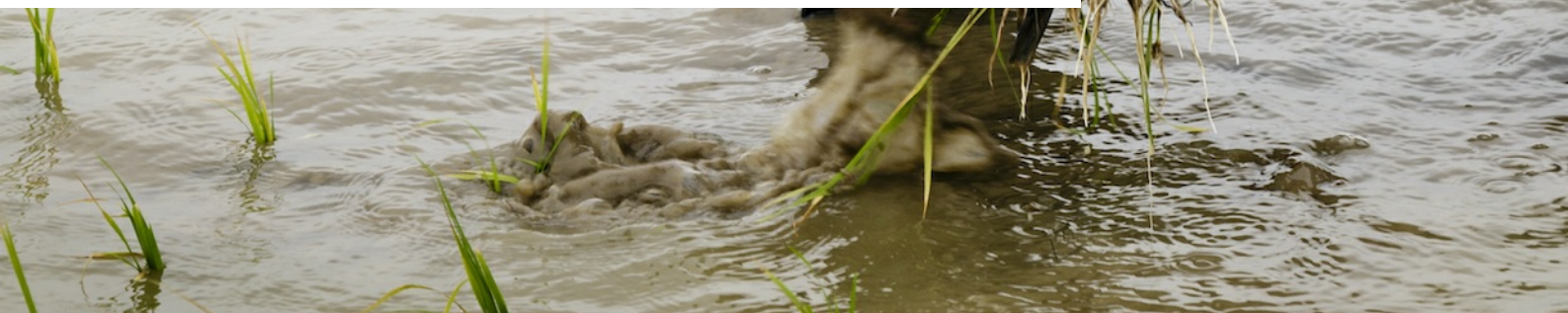
Varslingskanal "live" på web.



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

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



1.A Policy* for egen virksomhet

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

https://www.eurosko.com/globalassets/eurosko/barekraft/eurosko-norge-as_policy.pdf

1.A.2 Hva sier bedriften offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn, miljø og klima?

Formålet med Euro Sko Norge AS sin «sustainable business strategy» er at vår virksomhet drives på en måte som er økonomisk, sosialt og miljømessig bærekraftig. Strategien danner grunnlaget for selskapets etiske retningslinjer(coc) og miljømessige engasjement, og den er utslagsgivende for våre bærekraftmål som er basert på våre etiske retningslinjer og medlemsforpliktelsen til Etisk handel.Kjerneverdier: Fellesskap, businessminded, serviceinnstilte, engasjerte, stolte og ansvarlige.Vi har identifisert 10 av målene til «FN sine bærekraftsmål – SDG» som virksomheten vil gi betydelige bidrag til. Vi utvikler våre bærekraftløfter og strategi for å kanalisere våre prosjekter og innsats mot disse målene.Risikokartlegging av fabrikker og garverier inngår i vårt daglige arbeide, for å gi et oss et mest mulig riktig bilde på produksjonsstedet, som igjen gir en prioritering av hvor og hvordan vi jobber for å minimere vår totale påvirkning på mennesker, samfunn og miljø.Vi gjør vårt ytterste for ikke å forårsake eller bidra til ugunstig innvirkning på mennesker, samfunn og miljø gjennom våre egne aktiviteter, og adresserer slike konsekvenser når de oppstår. Dette gjelder også for produkter eller tjenester vi mottar fra våre forretningsforbindelser, selv om vi ikke direkte er forbundet med de negative konsekvensene.

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

Policy er utviklet i tråd med Etisk Handel Norges prinsipperklæring. Dette policy-dokumentet inkludert prinsipper og strategi for bærekraftig forretningspraksis, danner grunnlaget for vårt bærekraftsarbeid. Resultat av løpende aktsomhets-vurderinger vil føre til oppdatering av policy når det er nødvendig. Policy er utviklet med tanke på å oppnå våre visjoner og mål, kommunisere våre krav til våre samarbeidspartnere og sikre en bærekraftig modell i vårt selskap.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i bedriften, og hvorfor?

Arbeidet med bærekraft er en integrert del av vår forretningsdrift, hovedansvaret ligger i produktavdelingen, der også CSR ansvarlig tilhører. CPO har det overordnede ansvaret for bærekraftarbeidet i selskapet. CSR ansvarlig har det daglige ansvaret og er driveren for å tilrettelegge for aktsomhetsvurderinger, endringer, oppfølginger og systemutvikling ved risikovurderinger.

Mål og gjennomføring forankres hos de involverte parter.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse, arbeidsoppgaver og incentivordninger?

Bærekraftavdelingen er ansvarlig for å utvikle systemer og formidle informasjon/resultater av vårt arbeide løpende gjennom året. Dette skjer gjennom intranett, internett, styremøter, rapporter, samlinger og kurs. Intranett er beregnet på aksjonærer, butikkansatte og alle avdelinger ved hovedkontoret. Samlinger med butikkansatte og samlinger ved hovedkontoret, har faste CSR punkter på agendaen. Vi jobber ofte på tvers av funksjonene, da mange mål i vårt bærekraftsarbeide involverer flere avdelinger. F.eks innebærer forbedringer i vår forsyningskjede produktavdelingen, utviklingskontor, markedsavdelingen og HR avdelingen.

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

Vi har/deltar på informasjonsmøter, samlinger, kurs og workshops.

1.C. Planer og ressurser

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

Formålet med Euro Sko Norge AS sin «sustainable business strategy» er at vår virksomhet drives på en måte som er økonomisk, sosialt og miljømessig bærekraftig. Strategien danner grunnlaget for selskapets etiske retningslinjer(coc) og miljømessige engasjement, og den er utslagsgivende for våre bærekraftsmål som er basert på våre etiske retningslinjer og medlemsforpliktelsen til Etisk handel.

Kjerneverdier: Fellesskap, businessminded, serviceinnstilte, engasjerte, stolte og ansvarlige. Vi har identifisert 10 av målene til «FN sine bærekraftsmål – SDG» som virksomheten vil gi betydelige bidrag til. Se performance overview for konkretisering av mål. Vi utvikler våre bærekraftløfter og strategi for å kanalisere våre prosjekter og innsats mot disse målene.

Risikokartlegging av fabrikker og garverier inngår i vårt daglige arbeide, for å gi et oss et mest mulig riktig bilde på produksjonsstedet, som igjen gir en prioritering av hvor og hvordan vi jobber for å minimere vår totale påvirkning på mennesker, samfunn og miljø.

Vi gjør vårt ytterste for ikke å forårsake eller bidra til ugunstig innvirkning på mennesker, samfunn og miljø gjennom våre egne aktiviteter, og adresserer slike konsekvenser når de oppstår. Dette gjelder også for produkter eller tjenester vi mottar fra våre forretningsforbindelser, selv om vi ikke direkte er forbundet med de negative konsekvensene.

Våre hovedpilarer er retningslinjer for all drift i Eurosko Gruppen.

1.C.2 Hvordan følges virksomhetens strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig opp av ledelse og styre?

Våre bærekraftsmål er en del av selskapets overordnede strategi. Styret godkjenner strategi og rammeverk. Ledelsen og CSR ansvarlig implementerer målrettede handlingsplaner, som det rapporteres på til styret for å sikre måloppnåelse. Bærekraft er en del av agendaen på samtlige styremøter.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i møte med forretningsforbindelser, spesielt i leverandørkjeden?

Vi forventer ansvarlig forretningsatferd fra våre leverandører med hensyn til mennesker, samfunn og miljø.

Fremgangsmåte eksterne og egne brands:

CoC (inkl. Animal Welfare Policy) presenteres for alle nye leverandører. Responsible Business Partnership (RBP) følger alle ordre hver eneste sesong for å sette fokus på våre krav til forsyningskjeden.

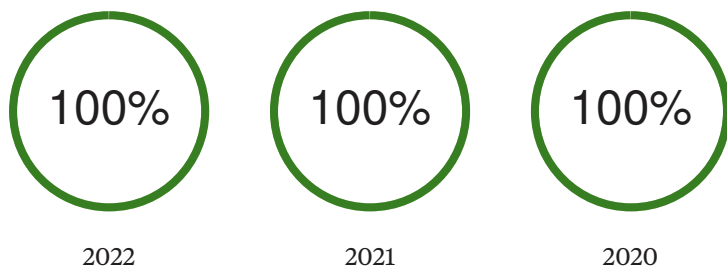
Når leverandøren bekrefter bestillingene, bekrefter de også overholdelse av vår CoC. Vår intensjon med CoC er å etablere og utvikle sosiale og miljømessige standarder. RBP er en "leverandørmanual", og hensikten med manualen er å styrke dialogen og forståelsen for samfunnsansvaret vi vil ta i vår leverandørkjede. Alt vårt arbeid er basert på overholdelse av våre retningslinjer som klart definerer prinsippene vi krever at våre leverandører følger.

Tillegg egne brands:

Vår virksomhet har gjort store endringer i innkjøps-praksisen de siste to årene, for å sikre at vi gir leverandørene mulighet til å etterkomme våre krav. 4 ganger i året i forbindelse med messer etc har vi korrespondanse vedrørende bærekrafts-arbeide, sertifiseringer etc. Tema er alltid på agendaen ved alle fabrikkbesøk.

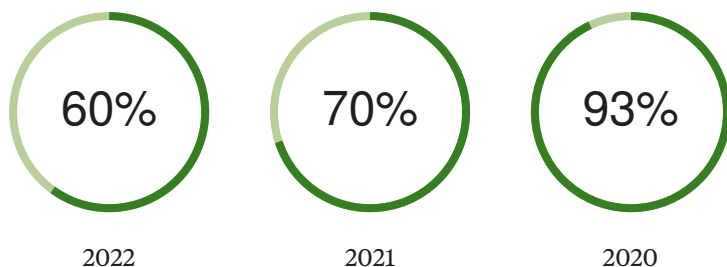
Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Vår CoC følger alle bestillinger, leverandør bekrefter dokumentene i sin ordrebekreftelse.

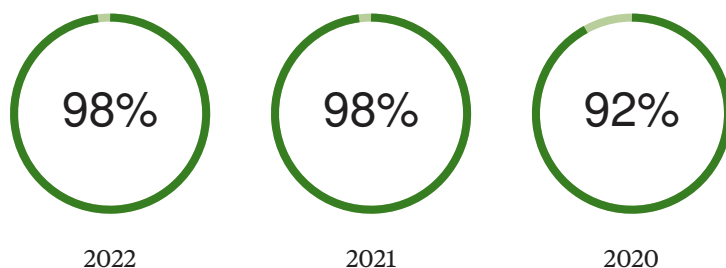
Andel leverandører i risikofylte leverandørkjeder som er kartlagt



Kartlegging og oppfølging av egne merker har pågått i flere år, og vi har full oversikt på verdikjeden.

Kartlegging og oppfølging av eksterne brands er startet i 2022. Alle eksterne leverandører som bidrar med stor andel i salg er kontaktet, og kartleggingsarbeidet pågår. Derfor er andelen av kartlagte risikofylte leverandørkjeder lavere enn i fjor, da vi kun rapporterte på egne brands.

Andel av bedriftens leverandører som bedriften har hatt forretningsforhold med i mer enn tre år



Andel leverandørbetalinger i rapporteringsåret som er utført i tide



1.E Erfaringer og endringer

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

Egne brands:

Pandemien har fremdeles påvirket på flere områder i 2022, og et fortsatt stengt Kina har gjort vurderingsprosessene vanskeligere enn normalt. Vi har likevel klart å gjennomføre audits på ca. 25% av produksjonsstedene våre, og dette avdekker fremdeles avvik på overtid, som den største grunnen til brudd hos oss.

Arbeidet med endring i tidslinjene for ordrelegging, og nye tidslinjer i utviklingsarbeidet, er ytterligere optimalisert 2022. Dette for å sikre at fabrikkene faktisk skal være i stand til å ta vår produksjon uten å bryte våre retningslinjer.

Vi har hatt ekstra fokus på India i 2022, da dette er et stigende område for vår virksomhet. Samtlige produksjonssteder er besøkt av CPO eller innkjøpsteam. VOF er gjennomført og levert CSR ansvarlig.

Samtlige produksjonssteder i Portugal er besøkt.

Eksterne brands:

Erfaringene viser at kartleggings-grunnlaget fra diverse leverandører er mangelfullt, og vi opplever utfordringer med å innhente informasjonen fra store internasjonale firmaer. Så langt består vårt kartleggings-arbeide i å innhente informasjon om produksjonsland, region, produksjonssted, omfanget av aktsomhetsvurderinger, CoC, sertifiseringer og medlemskap.

Kartlegginger og jobb med aktsomhetsvurderinger i 2022 viser at vår bedrift trenger nye verktøy for å kunne gå videre i bærekraftsarbeidet. Medlemskap i Amfori er søkt i 2022.



2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

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

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

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

2.A.1 List opp virksomhetens prioriterte risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø. Merk at de prioriterte risikoene dere lister opp i tabellen under vil bli overført til trinn 3 av denne rapporten, hvor dere vil bli bedt om å besvare hvordan dere arbeider med å stanse, forebygge eller redusere den negative påvirkningen.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Bruk av overtidsarbeide, begrensede muligheter til fri fagorganisering.	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Lønn Arbeidstid	Kina India
Garveprosessen; utslipp og påvirkning på arbeidere.	Helse, miljø og sikkerhet Arbeidstid Miljø Dyrevelferd Utslipp Vann	Kina India
Kjemikalie-håndtering	Helse, miljø og sikkerhet Miljø Materialbruk	Globalt
Transport- utslipp.	Miljø Utslipp Drivhusgasser	Globalt

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

2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i denne rapporteringen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor dere har valgt å ikke prioritere disse i det videre arbeidet; c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/dere har snakket med; d) om det er identifisert områder eller tema hvor det er manglende informasjon for å danne seg et helhetlig bilde, og hvordan dere planlegger å gå frem for å få mer informasjon/håndtere dette.

Vi tok i bruk Etisk Handel sitt risikoverktøy i 2021, og har jobbet videre med dette i 2022.

Vi har kartlagt de største risikoene innenfor hoveddelene av vår egen produksjon og fordelt dette via land og nedover i verdikjeden. Informasjon innhentet til dette arbeidet er en kombinasjon av egne erfaringer etter mange år ved de samme fabrikkene, screening av eventuelle nye leverandører, dialog med leverandørene, revisjonsrapporter, visuell observasjons-skjema (Visuelt observasjonsskjema tar for seg følgende områder: arbeidsforhold, brannsikkerhet, beredskap, miljø/kjemikalier), fagartikler, kilder tilgjengelig i risikoverktøy fra Etisk Handel, fagseminarer innenfor kjemikalie håndtering og utfasing.

Vi har meldt oss inn i Amfori for å bedre våre oppfølgings-systemer, og få ytterligere informasjon og kunnskap om våre høyest prioriterte områder.

Varslingskanal blir tilgjengelig på web fra primo 2023, noe som vil forenkle informasjon om eventuelle brudd på CoC.

Vi har også startet rapportering på eksterne merker i 2022, og risiko-skjema blir løpende oppdatert med relevant informasjon. Vi vil følge samme system der. Land, innsatsfaktorer og videre nedover i verdikjeden. Arbeidet med å innhente nøyaktig informasjon fra våre eksterne samarbeidspartnere har vist seg å være en omfattende prosess, som vil fortsette i 2023.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø som ble identifisert i kartleggingen i egen virksomhet, leverandørkjeden eller hos forretningsforbindelser i rapporteringsåret og hvordan disse er håndtert

Vi jobber kontinuerlig med å følge opp mulige negative påvirkninger eller skade. De viktigste prioriteringene er beskrevet over. Vi har identifisert mangel på gode styringssystemer som direkte påvirker andre forhold som produksjonsplanlegging, arbeidstid og lønn i Kina. Flere BSCI rapporter viser til avvik i "arbeidstid" for 2022.

I tillegg til løpende dialog med fabrikkene/leverandørene, har vi tilrettelagt våre egne systemer ytterligere for ordrelegging etc. Vi har delt hver sesong i flere dropp, noe som medfører jevnere produksjon og mindre stress på fabrikkene.

A woman in a blue lab coat and cap is shown in profile, looking down at a piece of equipment in a laboratory setting. Other people in similar attire are visible in the background, working at their stations. The scene is brightly lit with overhead fluorescent lights.

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere handler om å håndtere funn fra kartleggingen på en god måte. Virksomhetens mest vesentlige negative påvirkning på mennesker, samfunn og miljø prioriteres først. Dette betyr ikke at annen risiko er uvesentlig eller at det ikke håndteres. Hvordan virksomheten er involvert, er sentralt for å treffe riktige tiltak. Faktisk negativ påvirkning/skade som virksomheten forårsaker eller bidrar til må stanses, forebygges og reduseres. Virksomheter som er direkte forbundet med negativ påvirkning må bruke sin innflytelse til å få forretningsforbindelser (f.eks. leverandører) til å stanse, forebygge og redusere dette. Dette innebærer å utvikle og iverksettes planer og rutiner for å håndtere risiko, og kan kreve endringer i egne policyer og styringssystemer. Virksomheters vellykkede håndtering av negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.

3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Legg til mål, status på fremdrift, og beskriv tiltak dere har iverksatt for å håndtere virksomhetens prioriterte negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø

Prioritert negativ påvirkning/skade	Bruk av overtidsarbeide, begrensede muligheter til fri fagorganisering.
Overordnet mål :	I tråd med våre kjerneverdier og de 4 pilarer, skal vi være en rettferdig partner, og er opptatt av at det skal være gode arbeidsforhold hos våre utvalgte samarbeidspartnere. Konkret betyr dette at vi følger opp overtidsarbeide og mulighetene for fri fagorganisering via Audits eller besøk av oss "on site". Ved brudd tilrettelegges for bedring i samsvar med fabrikkene og våre interne rutiner.
Status :	<p>Egne merker -overtidarbeide: Vi har gjort flere endringer i vår innkjøpspraksis for å sikre at vi ikke bidrar til unødvendig overtidsarbeide. Eksempelvis er flere "drop" innført i kolleksjonene, beskrivelser og detalj-instrukser er bedret og leveringstidene er forlenget.</p> <p>Egne merker – fri fagorganisering: Audits setter alltid søkelys på denne faktoren i risiko land. Målet er at en skriftlig fabrikk policy etableres vedrørende organisasjonsfrihet og kollektive forhandlinger.</p> <p>Vi har lange relasjoner og ganske tett dialog med våre samarbeidspartnere, men må innse at vi er små når det kommer til produksjonskapasitet. Vi er avhengig av våre «medprodusenter» for å oppnå målet. I forbindelse med vårt medlemskap i Amfori vil våre "samprodusenter" bli mer synlige og håpet er på sikt å kunne samarbeide tettere på enkelte produksjonssteder.</p> <p>Eksterne merker: Vi fortsetter jobben med å kartlegge produksjonssteder i 2023. Ingen inspeksjoner er foretatt av oss.</p>
Mål i rapporteringsåret :	Bidra til å redusere "pålegg om overtid" for arbeiderne.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Egne merker: Dialog med leverandør vedrørende leveringstider for å sikre lange nok ledetider til å opprettholde normal "working hours". I tillegg tilpasser vi vår egen innkjøpspraksis, for å lette på trykket i pressperioder. Dette gjøres ved å dele kolleksjonen opp, slik at produksjonen er jevnere gjennom året. Vi hensyntar store høytider som kinesisk nyttår, både via ordrelegging og leveringstider. Vi støtter retten til fri fagorganisering gjennom CoC og Policy for Eurosko Norge AS.

Eksterne merker: Kartleggingsjobben fortsetter i 2023.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Egne merker: Bidra til å redusere "pålegg om overtid" for arbeiderne. Oppnå en bedre oversikt på levelønn i våre viktigste provinser, og følge opp produksjonsstedene på dette.

Eksterne merker: Fortsette kartleggingsjobben av produksjonssteder.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Garveprosessen; utslipp og påvirkning på arbeidere.
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og de 4 pilarer, skal vi redusere eksponering for farlige kjemikalier og redusere utslipp i vår leverandørkjede.
Status :	Egne merker: Vi krever at våre leverandører oppgir garverilister til oss. Kartlegging og oppfølging av disse er et løpende arbeide, som følges opp 4 ganger i året.
Mål i rapporteringsåret :	Kvalitetssikre at våre leverandører bruker LWG garverier slik vi har beskrevet og forventer i våre policyer.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Egne leverandører: Alle våre skinn-leverandører skal oppgi garverilister ved bekreftelse av ordre, disse logges med sine eventuelle sertifiseringer som "gull, sølv og bronse rated". Leverandør og garveri listene ligger åpne og tilgjengelige på våre web sider.

Eksterne leverandører; kartleggingsarbeidet igangsatt.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Egne merker: Fortsatt kvalitetssikring på LWG garverier.

Eksterne merker: Fortsette kartleggingsjobben med produksjonsland og garverier.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Kjemikalie-håndtering
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og de 4 pilarer, skal vår produksjon inneholde sikre kjemikalier som ikke befinner seg på vår RSL.
Status :	Vi jobber kontinuerlig for å unngå at skadelige stoffer befinner seg i vår produksjon eller i våre produkter. Vi krever vi at vår RSL følges. Dette er et pågående arbeide, og vår RSL oppdateres jevnlig og følger alle ordre.
Mål i rapporteringsåret :	Redusere risiko for arbeiderne, fjerne ulovlige/farlige stoffer i forhold til RSL, redusere eventuelt farlig utslipp.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Egne merker: Alle våre skinn-leverandører skal oppgi garverilister ved bekreftelse av ordre, dette logges og følges opp. Se "garveprosessen". Garveriene følges opp via LWG raiting. Vi krever at vår RSL følges på samtlige produksjonssteder uavhengig av innsatsfaktor. Risikomodeller i kolleksjonene testes for ulovlige stoffer.

Eksterne merker: Kartleggingsarbeide er igangsatt.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Egne merker: Fortsatt kvalitetssikring på LWG garverier, og testing på stoffer som er forbudt i RSL.
Eksterne merker: Fortsette kartleggingsjobben med produksjonsland, garverier og prouksjonsmetoder..

Prioritert negativ påvirkning/skade	Transport- utslipp.
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og de 4 pilarer, skal vårt utslipp reduseres.
Status :	Et pågående arbeide. Vi jobber kontinuerlig med å flytte transporten over på de mest miljøvennlige alternativene. Konkrete mål pr eksportland er satt i handlingsplan. Vi har igangsatt et prosjekt vedrørende emballasje og volum, som på sikt også skal redusere det totale transport-utslippet. Prosjektet fortsetter inn i 2023.
Mål i rapporteringsåret :	Redusere flyfrakt / Redusere utslipp.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Egne merker: Vi jobber kontinuerlig med å flytte transporten over på de mest miljøvennlige alternativene. Vi har oppnådd 0 flyfrakt i 2022. Endringer i innkjøpspraksis gir oss bedre handlingsrom på logistikksiden. Valgt samarbeidspartner for logistikk nasjonalt, som kun bruker EL biler.

Prosjektet videreføres inn i 2023.

Eksterne merker: informasjon om transportverdier ikke oppnådd i rapporteringsåret.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Egne merker: Redusere utslipp, utnytte de mest miljøvennlige alternativene.
Scope 1 klarlagt for egen produksjon.

Eksterne merker: Kartlegge logistikk til våre 3 største samarbeidspartnere.

Andre tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

Beskriv virksomhetens tverrgående tiltak for å stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning/ skade på mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden

3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

Våre hovedprioriteringer gjenspeiler de største kjente risikoene for negativt miljø- og klimaavtrykk i vår produksjon av fottøy.

Garveprosessen

Garveprosessen medfører bruk av kjemikalier og innebærer et omfattende forbruk av vann. Alle våre skinn-leverandører skal oppgi garverilister ved bekreftelse av ordre, disse logges med sine eventuelle sertifiseringer som "gull, sølv og bronse rated". Sertifiseringene hjelper oss å sikre kvaliteten vi ber om hos våre samarbeidspartnere. Ved negative funn på garverilisten vil et samarbeide mellom produktcontroller, produkt direktør og CSR ansvarlig legge en oppfølgingsplan. Vedvarende brudd fører til stans i samarbeidet. Vi anser dette som et løpende arbeide, og har tett oppfølging av garveriene på planen for 2023 også.

Kjemikalie håndtering

Vi krever at vår RSL følges, og tester risiko produkter i produksjon. Dette er et pågående arbeide, og vår RSL oppdateres jevnlig. For å sikre kvaliteten på kjemikalie-håndteringen har vi et tett samarbeid med Stefan Posner/grunnlegger av RISE. Dette samarbeidet bidrar også til kompetanseheving internt, og gir oss bedre forståelse for oppfølging i flere ledd i verdikjeden.

Transport - utslipp av klimagasser

Vi jobber kontinuerlig med å flytte transporten over på de mest miljøvennlige alternativene. Konkrete mål pr eksportland er satt i handlingsplan. Vi har igangsatt et prosjekt vedrørende emballasje og volum, som på sikt også skal redusere det totale transport-utslippet. Prosjektet fortsetter inn i 2023.

Arbeideres rettigheter

Levelønn, fagforeninger og generell overtid er tydelige risikoområder. Vi har gjort tydelige forbedringer i innkjøpspraksisen for 2022, og fortsetter optimaliseringen av vårt innkjøp for 2023. Optimalisering av leverandør porteføljen gir også gevinster i form av høyere produksjon på færre steder, langsiktige relasjoner, veldokumenterte produksjonssteder, enklere oppfølging når historiske data foreligger.

Vårt rapporterings-arbeide med "eksterne merker", har kommet vesentlig kortere enn på "egne merker" naturlig nok. Vi opplever noe motstand mot utgivelse av produsenter, garverier, aktsomhetsvurderinger og generell informasjon, men håper dette retter seg i 2023. Selv om arbeidet er i startfasen, antar vi at de samme prioriterte risikoene vi har på egenproduksjon i stor grad også gjelder for våre eksterne merker. Nesten all skoproduksjon krever relativt like prosesser. Eksterne merker utgjør ca. 50% av vår portefølje, og det sier seg selv at gevinsten er stor hvis vi kan skape noe forbedringer her.

3.B.2 Reduksjon av klimagasutslipp

Scope 1 skal gjennomføres i 2023. Konkrete mål for reduksjon blir satt, når konkrete tall er innhentet.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Egne merker: Vi har gjort flere endringer i vår innkjøpspraksis for å sikre at vi ikke bidrar til unødvendig overtidsarbeide. Eksempelvis er flere "drop" innført i kolleksjonene, beskrivelser og detalj-instruksjoner er bedret og leveringstidene er forlenget. Vi har lange relasjoner og ganske tett dialog med våre samarbeidspartnere, men må innse at vi er små når det kommer til produksjonskapasitet. I forbindelse med vårt medlemskap i Amfori vil våre "sam-produsenter" bli mer synlige og håpet er på sikt å kunne samarbeide tettere på enkelte produksjonssteder.

Eksterne merker: Vi fortsetter jobben med å kartlegge i 2023.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Egne merker: Sympatex Technologies brukes i stor del i våre modeller med funksjonelle systemer. I tillegg til standardfunksjonene (optimal pusteevne, 100 % vanntetthet, 100 % vindtetthet), er Sympatex-membranen også 100 % resirkulerbar, PFTE-fri og PFC-fri samt Oeko-Tex® Standard 100-sertifisert og bluesign®-godkjent.

Egne og eksterne merker: Vi etterspør og støtter opp om mer resirkulerbare materialer i totalkolleksjonen.

Egne merker: Egen kategori for veganske sko er etablert og voksende, for 2022 er andelen ca. 5%.

Eksterne merker: Flere av våre samarbeidspartnere lager egne "bærekraftige kolleksjoner", som for eksempel gjenbruk av plastflasker i deler av Timberland kolleksjonen - dette etterspørres og støttes opp om. Vi opplever at flere av våre leverandører har gjenbruksmaterialer eller helt nye bærekraftige materialer høyt på agendaen.

Egne merker: Vi har i 2022 også hatt fokus miljøvennlige materialer i våre skoer, andelen er nå over 50% og stigende.

3.B.5 Støtte aktivt opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, eller der lovverket ikke tillater dette, støtte aktivt opp om andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon

Krav om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger inngår i Eurosko Gruppens Code of Conduct. Punktet er obligatorisk i revisjoner og på våre besøk på fabrikk.

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

Øke generell kompetanse til CSR officer via kurs hos interesse-organisasjoner, som f.eks Etisk Handel.

Bærekraft har eget agenda punkt på våre samlinger, fra styret og utover i verdikjeden. Dette for å øke forståelsen og kompetansen, og sørge for vedtak som kan optimalisere verdikjeden.

Kjemikaliehåndtering og Garveprossen, vi er tett på utviklingen av "farlige kjemikalier listen", og følger senere opp leverandører og garverier på dette. Vi krever at våre samarbeidspartnere kjøper fra godkjente "Leather working group" garverier.

For å sikre kvaliteten på kjemikaliehåndteringen har vi et tett samarbeid med Stefan Posner/grunnlegger av RISE. Dette samarbeidet bidrar også til kompetanseheving internt, og gir oss bedre forståelse for oppfølging i flere ledd i verdikjeden.

Økende samarbeide med våre største eksterne partnere, viderefører mål om å initiere et CSR nettverk for fottøy-produsenter i 2023.

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

Bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser inngår i Eurosko Gruppens Code of Conduct. Punktet er obligatorisk i revisjoner og på våre besøk på fabrikk.

3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø

Økende resirkulering av butikk innredning.

100% bruk av led lys i butikk.

Fase ut plastposer, mål:kun resirkulerbare.

Redusere papp og plast som settes på det skandinaviske markedet.

Optimaliserer pakkematerialer etc for å minske volum, som igjen minsker utslipp ved transport.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

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



4.A Overvåkning og evaluering

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

Arbeidet med bærekraft er en integrert del av vår forretningsdrift, hovedansvaret ligger i produktavdelingen, der også CSR ansvarlig tilhører. CPO har det overordnede ansvaret for bærekraftarbeidet i selskapet. CSR ansvarlig har det daglige ansvaret og er driveren for å tilrettelegge for aktsomhetsvurderinger, endringer, oppfølginger og systemutvikling ved risikovurderinger.

CSR ansvarlig har ansvaret for å følge opp tiltak. I praksis gjøres dette ofte gjennom vårt produktteam "on site" etter informasjon fra CSR ansvarlig. Kina har nå åpnet igjen, noe som også gjør vurderingene lettere i 2023. Andre brudd følges opp via ny runde med revisjoner og/eller samtaler med leverandører. Alle besøk og revisjoner logges, og følges opp i våre interne dokumenter.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer

Bærekrafts-avdelingen kommuniserer med alle våre leverandørene flere ganger i løpet av året. Vi kan med rimelighet anta at vår stadige kommunikasjon i seg selv fører til økt fokus på produksjonsstedene. Vi sjekker ny informasjon og status på fabrikken. For eksempel er liste på produksjonssteder og garverier på modellnivå, en god rettesnor for om de bytter til LWG serertifisert garveri. Gjentatte revisjoner synliggjør også om tiltak har betydning.



5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomheters aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis er at den bygger på konkrete aktiviteter og resultater. Virksomheter skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Kommunikasjonen bør inkludere hvordan risikoen er avdekket og håndtert, samt hvilke effekter man oppnådde av tiltakene/aktivitetene. Etter åpenhetslovens §4 skal virksomheter som er omfattet årlig offentliggjøre en redegjørelse for aktsomhetsvurderinger.

5.A. Kommunisere eksternt

5.A.1 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer med berørte interessenter om håndteringen av negativ påvirkning/skade

Vi har en Code of Conduct som er tilgjengelig for alle interessenter og ligger tilgjengelig på våre websider. Denne sendes også 2 ganger i året til leverandørene sammen med minimumskriterier. Vi har åpne garverilister og leverandørlistene på web, samt kortfattet informasjon om risiko tilknyttet vår produksjon.

Vi kommuniserer med interessenter ved besøk, telefon eller mail, sammen diskuterer vi risikoer i forhold til våre områder og legger planer for eventuelle forbedringer både hos oss og hos leverandørene.

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

Vi kommuniserer Code of Conduct og vår bedrifts-policy på våre websider, denne synliggjør våre prinsipper og krav.

Årlig rapportering Etisk Handel offentliggjøres hver juni.

Åpne leverandørlistene og åpne garverilister finnes på våre websider.

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

CSR ansvarlig mottar alle henvendelser vedrørende informasjonskrav knyttet til åpenhetsloven.

Vi har informasjon om produksjonssted, materialer, garverier etc på samtlige av egenproduserte modeller, dette ligger som del 1 av "svar-fasit"

Kortfattet informasjon om vårt aktsomhetsarbeide med enkelte fokuspunkter ligger som del 2 av "svar-fasit"

Direkte spørsmål på andre punkter svares ut etter beste evne.

Vårt interne mål er å besvare slike henvendelser innen 1 uke.

Når det gjelder informasjon knyttet til produksjonssted, materialer og garverier på eksterne merker, innhentes dette for øyeblikket ved behov.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

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



6.A Gjenoppretting

6.A.1 Beskriv virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø

Vår policy ligger tilgjengelig på våre websider, og her kommer et utdrag:

Aktsomhetsvurderinger

Euro Sko Norge AS skal gjennomføre aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Det vil si: gjøre egne risikokartlegginger av negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, og stanse, forebygge og redusere slik påvirkning. Tiltakene overvåkes og vurderes effekten av, og kommuniseres til de berørte. Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning på mennesker, samfunn eller miljø skal vi stanse denne aktiviteten, og vi vil søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting.

I vår Code of Conduct har vi skissert våre krav til utbedring og korrigerende tiltak i tilfelle brudd:

"In the event of a breach of the code of conduct, Euro Sko Norge AS and the supplier will jointly prepare a plan for remedying the breach. Remediation must take place within a reasonable period of time. The contract will only be terminated if the supplier remains unwilling to remedy the breach following repeated enquiries."

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Brudd på overtids-regler er identifisert hos våre samarbeidspartnere. Vi har lagt om våre innkjøpsrutiner i samarbeide med våre leverandører for å forhindre at dette skal skje med vår produksjon fremover.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva selskapet gjør for å sikre at påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til effektive mekanismer for gjenoppretting, når det er aktuelt

Arbeidstageres rettigheter og muligheter til påvirkning er beskrevet i flere av våre dokumenter. Arbeidere oppmuntres til dialog ved besøk eller revisjoner.

Varslingskanal på euroske.com er live tidlig i 2023, og dette formidles fortløpende.

Kontaktinformasjon:

Eurosko Norge AS
Nina Ekstrøm - CSR officer
nina.ekstrom@eurosko.com