



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2023

for Eurosko Norge AS - Eurosko Gruppen



*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Eurosko Norge AS - Eurosko Gruppen
oppfyller våre krav til basisnivå. Les mer om basisnivå **her**.*



FNs BÆREKRAFTSMÅL



Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima 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 og Parisavtalens 1,5 graders mål.

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 i Etisk handel Norge som er på Basisnivå1 oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep Responsible Business Conduct er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. 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, dyr, samfunn og miljø – kalles aktsomhetsvurderinger (due diligence). Virksomheter over en viss størrelse er gjennom åpenhetsloven pålagt å gjøre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter. Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger også på samfunn, miljø og dyr 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 (vår Code of Conduct) for bærekraftig forretningspraksis 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

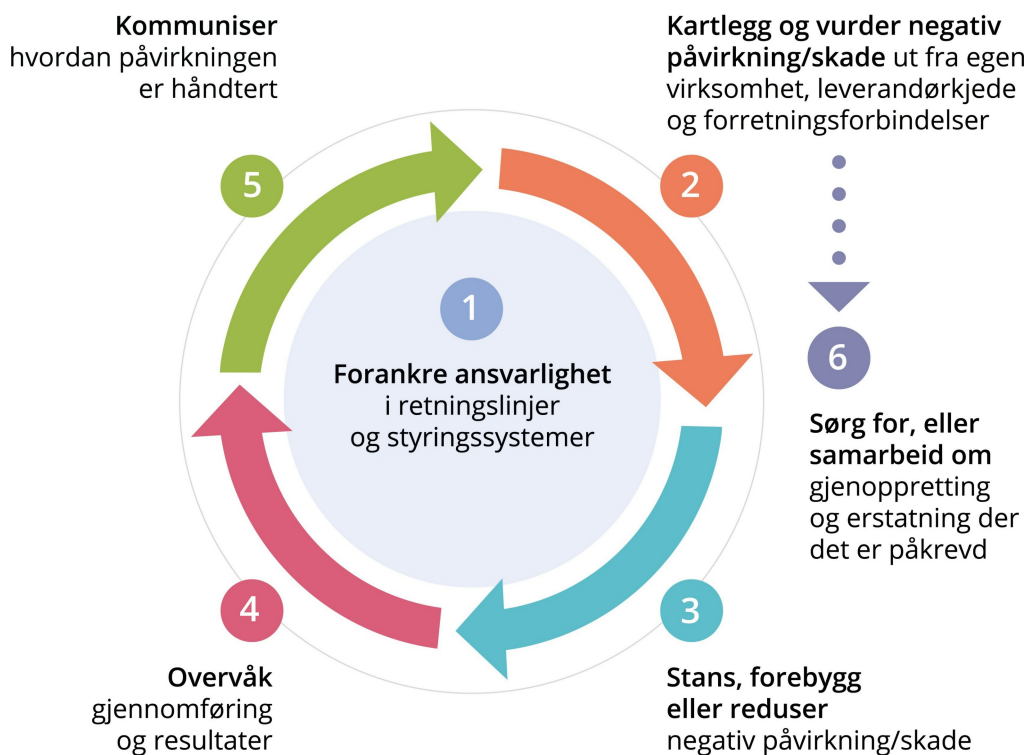
Daglig leder

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

Eurosko Gruppen består av Euro Sko Norge AS med datterselskaper og eierselskaper. Euro Sko Norge driver grossistvirksomhet med import av sko og Tilbehørshuset med import av andre salgsvare til grupperingens konsepter Eurosko, dna, Shoeday og Shoegallery. J.A Magnussen Engros AS er et av eierselskapene som i tillegg til konseptene nevnt over, driver konseptet Spesialsko. Spesialsko er leverandør til offentlig sektor i Norge. Våre andre konsepter operer i privat sektor i Skandinavia.

Grupperingen har en stor portefølje av egne varemerker som selges i ett eller flere av våre konsepter. Viktigste merker; Stockholm Design Group, Okaki, Softwalk, Unified, Slusher og Ponny.

Produktutviklingen og eksternt innkjøp opereres av felles innkjøps/designteam og felles portefølje av grupperingens produksjonssteder.

Utnyttelse av stordriftsfordeler gir maksimal effekt av bærekraftkompetansen til Eurosko Gruppen.

Dette igjen styrker gjennomføringen av vår langsiktige målsetning.

Grupperingens konsepter kjøper og selger eksterne varemerker som; New Balance, Adidas, Solidus og Birkenstock og Ecco.

Vi ønsker å drive vår virksomhet på en måte som er økonomisk, sosialt og miljømessig bærekraftig.

Vi ser at flere av våre partnere har satt bærekraft høyere på agendaen, og vi opplever økende interesse fra våre forbrukere. Vi ser på dette som en forpliktelse til å ta vårt eget arbeide enda et steg i 2024. En mer bærekraftig fremtid krever en kollektiv innsats. 2023 har gitt oss store globale klimaendringer, det er viktigere enn noen gang å fokusere på de forbedringene vi kan gjøre.

Vi jobber så transparente som mulig og har hatt åpne leverandør- og garverilister på web i mange år allerede.

Åpenhet i leverandørkjeden er et viktig prinsipp og et godt verktøy for å forplikte og drive frem forbedringer.

Målet er å gi trygghet for kundene om at de kjøper produkter som ikke unødige skader mennesker, samfunn eller miljøet når de handler hos oss.

For å få til forbedringer er vi avhengig av å kunne identifisere og adressere utfordringer der de er, noe vårt medlemskap i Amfori gir oss verdifull informasjon om. Dette vil fortsatt være et prioritert område i kommende år, og målet er at de fleste av våre partnere i Asia, skal delta i Amfori programmet.

Vi har satt ekstra fart på bærekraftarbeidet i 2023, og forbereder oss til nye lovverk og rapporteringer som kreves via EU for 2024, dette gir oss enda et gir. Fremover er vi fullt forpliktet til å jobbe enda tettere med alle våre interessenter og til å engasjere forbrukere mer om etiske spørsmål og bærekraft.

" Vi jobber så transparente som mulig og har hatt åpne leverandør- og garverilister på web i mange år allerede. Åpenhet i leverandørkjeden er et viktig prinsipp og et godt verktøy for å forplikte og drive frem forbedringer. "



Thore Olaussen
CEO

Styrets signatur



	BankID Signing Henrik Ruud 2024-02-08
	BankID Signing Thore Claussen 2024-02-10
	BankID Signing Karl Werner Pettersen 2024-02-10
	BankID Signing Geir Arve Sandvik 2024-02-12
	BankID Signing Thor Arne Falkanger 2024-02-12



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2023

for Eurosko Norge AS - Eurosko Gruppen



Moss
12.02.2024

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

Eurosko Norge AS - Eurosko Gruppen

Adresse hovedkontor

Solgaard Skog 86

Viktigste merker, produkter og tjenester

Viktigste merker; Stockholm Design Group, Okaki, Softwalk og Ponny. Fottøy, vesker og skopleiemidler.

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Eurosko Gruppen består av Euro Sko Norge AS med datterselskaper og eierselskaper. Euro Sko Norge driver grossistvirksomhet med import av sko og Tilbehørshuset med import av andre salgsvarer til grupperingens konsepter Eurosko, dna, Shoeday og Shoegallery. JA Magnussen Engros AS er et av eierselskapene som i tillegg til konseptene nevnt over, driver konseptet Spesialsko. Spesialsko er leverandør til offentlig sektor i Norge. Våre andre konsepter operer i privat sektor i Skandinavia.

Grupperingen har en stor portefølje av egne varemerker som selges i ett eller flere av våre konsepter. Viktigste merker; Stockholm Design Group, Okaki, Softwalk, Unified, Slusher og Ponny.

Produktutviklingen og eksternt innkjøp opereres av felles innkjøps/designteam og felles portefølje av grupperingens produksjonssteder.

Utnyttelse av stordriftsfordeler gir maksimal effekt av bærekraftkompetansen til Eurosko Gruppen. Dette igjen styrker gjennomføringen av vår langsiktige målsetning.

Grupperingens konsepter kjøper og selger eksterne varemerker som; New Balance, Adidas, Solidus og Birkenstock og Ecco.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

3 270 500 000

Antall ansatte

56

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Tallet over er det totale antallet ansatte ved Euro Sko Norge AS sitt kontor i Moss i 2023.
Ny CEO fra august 2023.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Nina Ekstrøm - CSR offiser

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

nina.ekstrom@eurosko.com

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens 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 2023 omfatter "Private Brands" og "Eksterne Brands".

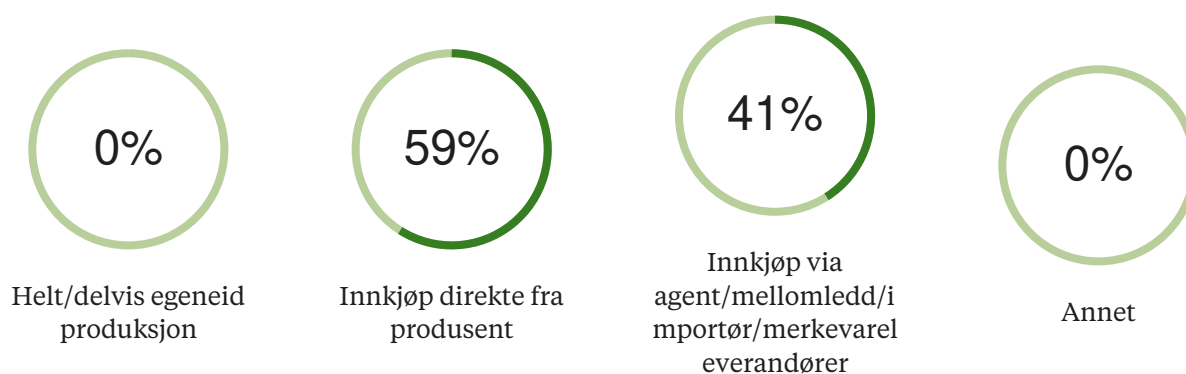
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

141

Kommentar til antall leverandører

Vi startet rapportering på samtlige merker i vår gruppering, og ikke bare egenproduksjon for første gang i 2022. I 2023 har vi også med «Eksterne brands» for Spesialsko. Vi jobber kontinuerlig med å optimalisere vår leverandørportefølje på «eksterne brands», noe som har ført til en ønsket reduksjon av leverandører fra 155 til 94 stk for 2023. En optimalisering av eksterne leverandører fører til konsentrert produksjon og mer oversiktlig kartlegging. Vi gjennomfører risikovurderinger av alle våre eksterne leverandører som bidrar med mer enn 1% av totalt antall par. For 2023 utgjør dette 20 store leverandører, som vi har langsiktige relasjoner med. Vi opplever fremdeles noen utfordringer med å innhente informasjonen fra store internasjonale firmaer, men vi ser at bærekraft løftes på agendaen hos de fleste. Vårt kartleggings-arbeide som består i å innhente informasjon om produksjonsland, region, produksjonssted, omfanget av aktsomhetsvurderinger, CoC, sertifiseringer og medlemskap fortsetter i 2024. 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 med garverier. Ingen nye leverandører er opptatt i vår portefølje for 2023.

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 :	95
India :	10
Italia :	8
Portugal :	8
Spania :	5

Dette er tall for "Inhouse Brands" alle konsepter.

Opggi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter som virksomheten har oversikt over, og hvor mange produsenter dette er basert på:

Antall arbeidere

15 399

Antall produsenter dette er basert på

88

Antall arbeidere per produsent (kalkulert snitt)

175

Kommentar til antall arbeidere

Dette gjelder Inhouse Brands og vi har pr i dag statistikk for ca. 70% av porteføljen. Annen informasjon innhentes ved forespørsel.

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. LWG (Leather working group) arbeider med å fremme bærekraftig praksis innen skinn-industrien via standarder som garverier testes på, og forplikter seg til å følge. Eksempelvis; avfallshåndtering, vannforbruk, energieffektivitet og kjemikaliebruk.

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

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.

Mål : 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.

Vi har brukt 2023 til optimalisering av verktøy, og signert nye partnere som bidrar til ytterligere åpenhet i vårt langsiktige arbeide. Arbeidet fortsetter i 2024.

Aktsomhetsvurderinger og risikokartlegging fortsetter. 67% av våre produsenter i risikoområder er nå medlem i Amfori.

ca. 75% av våre eksterne brands er kartlagt. Kartleggingen viser at våre viktigste samarbeidspartnere jobber aktivt med aktsomhetsvurderinger og Code of Conduct. Kartleggingen har foregått via dialog og grupperingenes egne websider.

Status :

Vi har startet jobben med klimaregnskap, og vil rapportere for scope 1+2 for året 2023.

Vi har nå 95% resirkulerbare skoer, og 70% kommer fra resirkulert papp.

Vi ser en reduksjon av solgte plastposer, men denne jobben fortsetter for 2024.

Varslingskanal er "live".

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Videreføre arbeidet med å nå vårt langsiktige mål - "ledende på åpenhet i skobransjen".

Klimaregnskap scope 3: I løpet av 2024 planlegger vi å kartlegge samt analysere utslippene fra transport og innkjøp som en del av vår handlingsplan. Disse kategoriene antas å være de mest vesentlige i Scope 3 hva gjelder utslipp. Målet er å fastsette konkrete reduksjonsmål for disse kategoriene i samsvar med Parisavtalen.

Redusere bruk av plastposer med 10%.

Kartlegge lønnsvilkår i våre viktigste områder. Målet er at 70% av produsenter på egenkolleksjon i risikoområder, er medlem i Amfori.

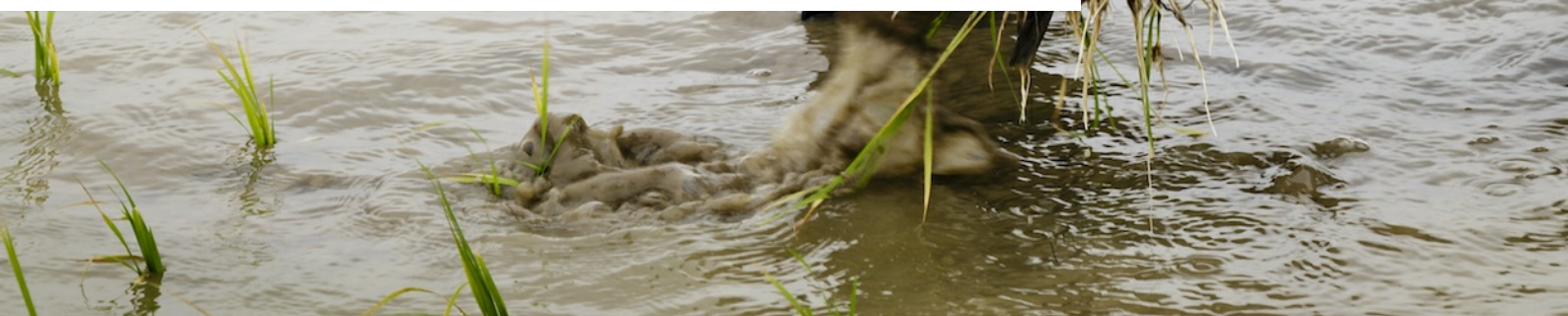
Optimalisere emballasje med 5% reduksjon.



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 virksomheten offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, dyr, 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.

Vi har identifisert 10 av målene til «FN sine bærekraftsmål – SDG» som virksomheten vil gi betydelige bidrag til. Dette er mål nr: 1,4,6,8,9,11,12,14 og 15. Vi utvikler våre bærekraftløfter og strategi for å kanalisere våre prosjekter og innsats mot disse målene.

Vårt mål er å være den ledende aktøren/forhandleren på åpenhet og bærekraftig forretningspraksis innen vår bransje.

Kjerneverdier: Engasjert, Inspirert, Kompetent og Ansvarlig.

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 virksomheten, forankret i interne retningslinjer og rutiner 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 (eller lignende), 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. Felles informasjon og dokumenter ligger på intern database/teams. I forbindelse med alle reiser mottar innkjøpsteam, oppdateringer på vårt arbeide, evalueringspunkter og VOF.

1.C. Planer og ressurser

1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn, dyr 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: Engasjert, Inspirert, Kompetent og Ansvarlig. 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.

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 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 og vi følger opp audits fra vår samarbeidspartner Amfori, eller andre relevante selskaper.

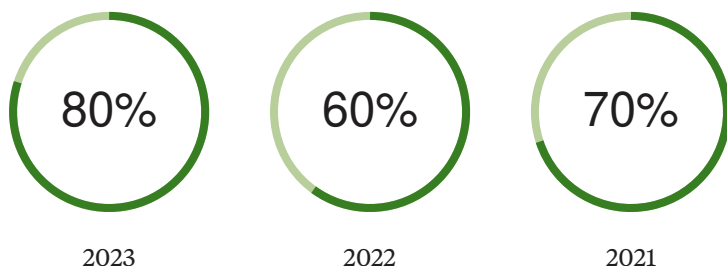
Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



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

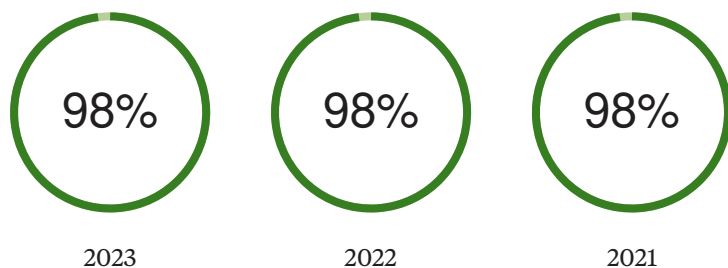
Andel leverandører i risikofylte leverandørkjeder som er kartlagt



Kartlegging og oppfølging av egne produsenter har pågått i flere år, og vi har kartlagt 100% av egne produsenter.

Kartlegging og oppfølging av eksterne brands er startet i 2022. Alle eksterne leverandører som bidrar med mer enn 1% av salget er til kartlegging.

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?

Generelt er vår erfaring fra 2023 at bærekraft løftes på agendaen. Ettersom presset bygger seg opp fra forbrukere, frivillige organisasjoner og investorer for at bedrifter skal handle ansvarlig, har ny lovgivning rundt om i verden blitt utviklet, noe som presser på en ytterligere overgang fra frivillig til obligatorisk handling.

Effekten av dette ser vi fra partnere som har en økende vilje til å dele informasjon om sitt bærekraft-arbeide med oss. Vi ser også at økt forbruker interesse fører til større vilje til å allokere ressurser til bærekraft-arbeide.

Egne brands:

Flere gjennomførte audits på produksjonsstedene våre i risikoområder avdekker fremdeles avvik på overtid, som den største grunnen til brudd hos oss. Vi bruker flere risiko-verktøy og kilder for å risikovurdere land og områder vi produserer i. Hos oss er Kina og India de største risiko-områdene.

Arbeidet med endring i tidslinjene for ordrelegging, og nye tidslinjer i utviklingsarbeidet, er ytterligere optimalisert 2023. Vi må imidlertid innse at vår produksjon ofte utgjør få % av totalen i Asia. Samarbeidet med Amfori er derfor viktig, og ca. 67% av våre produsenter i risikoområder er i dag medlem hos Amfori. Amfori er en global handelsforening som fremmer bærekraftig handel, produksjon og ansvarlig forretningspraksis. Eksempelvis; styrke arbeidsforhold, lønn, muligheten for fri fagorganisering og redusere miljøpåvirkning.

Vi har fremdeles et ekstra fokus på India, da dette er et stigende produksjonsområde i vår virksomhet. Samtlige produksjonssteder i India er besøkt av CPO eller innkjøpsteam. VOF er gjennomført og levert CSR ansvarlig. Våre produksjonssteder i Portugal og Kina er også besøkt.

Eksterne brands:

Positive erfaringer i 2023, det er litt lettere å innhente informasjonen fra våre samarbeidspartnere. Så langt består vårt kartleggings-arbeide i å innhente informasjon om produksjonsland, region, produksjonssted, **omfanget av aktsomhetsvurderinger**, CoC, sertifiseringer og medlemskap. Alt logges i eget risikoskjema i intern database.



2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning/ skade, på mennesker, dyr, 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, dyr, 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, DYR, 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 faktiske negative konsekvenser og/eller prioriterte vesentlig risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, 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, DYR, 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 har jobbet med risikokartleggingsverktøyet til Etisk Handel siden 2021.

Vi har kartlagt de største risikoene innenfor hoveddelene av vår egen produksjon og fordelt dette via land og nedover i verdikjeden. I tillegg er informasjon innhentet til dette arbeidet 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 av farlige stoffer støtter dette arbeidet.

Vårt medlemskap i Amfori bidrar til bedre oppfølging, og vi har for 2023 tatt i bruk deres risikokompass i prioriteringsarbeidet.

Vi startet rapportering på eksterne merker i 2022, og risiko-skjema blir løpende oppdatert med relevant informasjon. Vi følger samme system der. Land, innsatsfaktorer og videre nedover i verdikjeden. Vi bruker de samme kildene, samt dialog med merkeprodusenter.

Arbeidet med å innhente nøyaktig informasjon fra våre eksterne samarbeidspartnere har vist seg å være en omfattende prosess, som vi ikke er i mål med. Denne delen av vår portefølje er prioritert, og arbeidet fortsetter i 2024.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, 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, hos produsenter, som direkte påvirker andre forhold som produksjonsplanlegging, arbeidstid og lønn i Kina. Flere BSCI rapporter viser til avvik i "arbeidstid" for 2023.

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. Vi er selvfølgelig avhengig av at andre kunder følger opp på samme måte, slik at større deler av produksjonen blir påvirket.

A woman in a blue lab coat and cap is shown in profile, looking down at a task. She is in a laboratory or cleanroom environment, with other workers in similar attire visible in the background. The lighting is bright and even.

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, dyr, 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, dyr, 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, dyr, samfunn og miljø:

Prioritert negativ påvirkning/skade	Bruk av overtidsarbeide, begrensede muligheter til fri fagorganisering.
Overordnet mål :	I tråd med våre kjerneverdier og pilarer skal vi være en rettferdig partner, og er opptatt av at det skal være gode og trygge 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: Overtidsarbeide: Vi har løpende gjort flere endringer i vår innkjøpspraksis de siste 2 årene 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>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: Her rettes fokuset mot agenten og moderselskapet til merkene. Vi har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-produsent. Alle våre retningslinjer og CoC bekreftes av selskapene 2 ganger i året, ved ordrebekreftelse.</p>
Mål i rapporteringsåret :	Bidra til å redusere "pålegg om overtid" for arbeiderne.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

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 Gruppen/Eurosko Norge AS. Vårt medlemskap i Amfori bidrar til dette, samt større gjennomsiktighet for alle oss som produserer på aktuelle fabrikker.

Eksterne merker: Her rettes fokuset mot agenten og moderselskapet til merkene. Vi har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-produsent. Alle våre retningslinjer og CoC bekreftes av selskapene 2 ganger i året.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Vi forventer at alt fokus vi setter på arbeidsforhold, og det at vi er konsistente i oppfølgingen av dette, bidrar til bedring.

Uansett finnes det ingen tvil om at dette er et langt lerret å bleke. Vi forventer at dette er et hovedfokus hos oss i flere år fremover.

Mål for 2024 - Egne merker:

Fortsette bidrag til å redusere "pålegg om overtid" for arbeiderne, og sette arbeidsforhold høyt på agendaen.

Oppnå en bedre oversikt på levelønn i våre viktigste provinser, og følge opp produksjonsstedene på dette.

Dette vil bli gjort via Amfori, og deres database.

Mål for 2024 - Eksterne merker:

Her rettes fokuset mot agenten og moderselskapet til merkene. Vi har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-produsent. Alle våre retningslinjer og CoC bekreftes av selskapene 2-4 ganger i året. Arbeidet fortsetter i 2024. Mye må skapes gjennom forståelse da vi ikke har direkte påvirkning på produksjonen.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Garveprosessen; utslipp og påvirkning på arbeidere.
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og våre pilarer, skal vi redusere mulig eksponering for farlige kjemikalier og redusere utslipp i vår leverandør-kjede.
Status :	<p>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. Vi krever at våre produsenter bruker LWG sertifiserte garverier, som å kvalitetssikre fokus på kjemikalier og vannforbruk.</p> <p>Eksterne merker: Vi har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-produzent. Alle våre retningslinjer og CoC bekreftes av selskapene 2-4 ganger i året. Vi forventer at våre partnere bruker LWG sertifiserte garverier, noe som er beskrevet i RBP_eksterne brands.</p>
Mål i rapporteringsåret :	Kvalitetssikre at våre leverandører bruker LWG garverier slik vi har beskrevet og forventer i våre policyer.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

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:

Vi har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-produzent. Alle våre retningslinjer og CoC bekreftes av selskapene 2-4 ganger i året. Vi forventer at våre partnere bruker LWG sertifiserte garverier, noe som er beskrevet i RBP_eksterne brands.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Ved etterspørsel om garverier på modellnivå, oppnår vi et godt kartleggings-arbeide. Oppfølging på produsentnivå, der vi oppdager eventuelle brudd.

Mål 2024 - Egne leverandører: Fortsatt kvalitetssikring på LWG garverier.

Mål 2024 - Eksterne leverandører: Fortsette arbeidet med påvirkning og krav fra oss som forhandler.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Kjemikalie-håndtering
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og våre 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.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

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. Modeller og materialer i kolleksjonene testes for ulovlige stoffer.

Eksterne merker: Kartleggings-arbeide med aktsomhets-vurderingene til våre eksterne merker fortsetter. Alle våre leverandører mottar CoC med vår "Restricted Substance List". Her jobber vi gjennom merkenes hovedkontor, og har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-produzent.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Oppfølging og testing av vår RSL resulterer i en mindre risikofylt produksjon.

Mål 2024 - Egne merker: Fortsatt kvalitetssikring på LWG garverier, og testing på stoffer som er forbudt i RSL.

Mål 2024 - Eksterne merker: Fortsette kartlegging -/ og påvirkningsjobben hos våre partnere.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Transport- utslipp.
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og våre 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 jobber kontinuerlig med emballasje og volum, med mål om å redusere emballasje og redusere logistikken.
Mål i rapporteringsåret :	Redusere flyfrakt / Redusere utslipp.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak for å stanse eller begrense negative konsekvenser og begrunnelse for tiltaket/tiltakene :

Egne merker:

Vi jobber kontinuerlig med å flytte transporten over på de mest miljøvennlige alternativene. Endringer i innkjøpspraksis gir oss bedre handlingsrom. Valgt samarbeidspartner for logistikk nasjonalt, som kun bruker EL biler.

Eksterne merker:

Informasjon om transportverdier ikke oppnådd i rapporteringsåret.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket beskrevet over, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Stadig fokus på bedret logistikklinje resulterer i mindre utslipp.

Mål 2024 - Egne merker:

Redusere utslipp ved å utnytte de mest miljøvennlige alternativene.
Kartlegge for Scope 3; fastsette reduksjonsmål i samsvar med Parisavtalen.

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.

Egne merker:

Garveprosessen

Garveprosessen medfører bruk av kjemikaler og innebærer et omfattende forbruk av vann. Vi krever at garveriene er en del av Leather Working Group = LWG gruppen. LWG har utviklet standarder som inkluderer strenge krav for å redusere vannforbruket, blant annet. 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. Vi vil alltid prøve å forbedre produksjonen, men vedvarende brudd fører til stans i samarbeidet. Intern logg viser at over 90% av vårt skinnprogram i 2023 garves av LWG sertifiserte garverier. Vi anser dette som et løpende arbeide og fortsetter i 2024.

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 et økt fokus på emballasje og volum, målet er på sikt å redusere det totale transport-utslippet. Dette innebærer flere endringer av pakke-manualer hos mange samarbeidspartnere spesielt i Asia. Endring av sorteringer for å tilrettelegge for mer strømlinjeformet ytter-emballasje involverer flere avdelinger i HQ. Prosjektet fortsetter inn i 2024.

Eksterne merker:

Vårt rapporterings-arbeide med "eksterne merker", har kommet vesentlig kortere enn på "egne merker" naturlig nok da starten for denne rapporteringen gikk i 2022.

Vi har fremdeles noen utfordringer med å innhente informasjon fra store internasjonale firmaer, men vi ser at bærekraft løftes på agendaen hos de aller fleste. Vi har prioritert de 20 største leverandørene, og med disse har vi gode relasjoner. Vi har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-producent, men jobber via eier av merkene. 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.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

Scope 1 og 2 er gjennomført i 2023. I løpet av 2024 planlegger vi å kartlegge samt analysere utslippene fra transport og innkjøp som en del av vår handlingsplan. Disse kategoriene antas å være de mest vesentlige i Scope 3 hva gjelder utslipp. Målet er å fastsette konkrete reduksjonsmål for disse kategoriene i samsvar med Parisavtalen.

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 press på fabrikkene. Eksempelvis er flere "drop" innført i kolleksjonene, beskrivelser og detalj-instruksjoner er bedret og leveringstidene er forlenget. 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: Her må vi følge ordrefrister fra merkene selv.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Egne merker:

Sympatex Technologies brukes i stor del i våre modeller med membraner. 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.

Eksterne merker:

Flere av våre samarbeidspartnere lager egne "bærekraftige kolleksjoner", med forskjellige «grønne features» - dette etterspørres i alle møter.

Egne merker:

Vi har i 2023 hatt fokus på miljøvennlige materialer i våre skoer, andelen av resirkulerbare esker er nå 95%. 70% av denne emballasjen kommer fra resirkulerte materialer.

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 fabrikkene.

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 alle våre samlinger, fra styret og utover i verdikjeden. Dette for å øke forståelsen og kompetansen, og sørge for forankring og vedtak som kan optimalisere verdikjeden.

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.

Oppfølging av våre største eksterne leverandører, bidrar til å økt fokus på bærekraft hos dem, samtidig som vi lærer av globale selskaper.

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. Egen antikorrupsjons strategi er utarbeidet i 2023, og ligger offentlig på våre web sider.

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

Resirkulering av butikk innredning der mulig.

100% bruk av led lys i butikk.

Redusere papp som settes på det skandinaviske markedet

Redusere plast som settes på det skandinaviske markedet.

Optimaliserer pakkematerialer etc for å minske volum

Kartlegge utslipp for å kunne målsette reduksjon av klimagasser.



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 a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere virksomhetens implementering og arbeid med aktsomhetsvurderinger, og hvordan evalueringen 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.

Egne leverandører:

I praksis for sisteledd gjøres dette ofte gjennom vårt eget produktteam "on site" etter informasjon fra CSR ansvarlig. Alle besøk og revisjoner logges, og følges opp i våre interne dokumenter.

Andre områder som deltagelse i Amfori programmet, bruk av kvalifiserte garverier, scanning av eventuelt nye leverandører, innhenting av sertifiseringer som SA8000 etc logges og følges opp fortløpende hver sesong. Dokumenter ligger på teams med tilgang for alle aktuelle parter.

Brudd eller mangel på progresjon følges opp via ny runde med revisjoner og/eller samtaler med leverandører.

Eksterne leverandører:

Her jobbes det via merkenes hovedkontorer, agenter eller globale grupperinger som eier flere merker. CSR ansvarlig bedriver «self assessment» på websider, forespørsel om sertifiseringer og dialog rundt det enkelte merke aktsomhetsvurderinger 4 ganger i året. Alt logges med mål om å se progresjon.

Ved ordrelegging må de forskjellige merkene godta våre krav for en bærekraftig produksjon. Og alle kolleksjonsmøter har bærekraft på agendaen.

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

Bærekrafts-avdelingen og produktteamet 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 sertifisert 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. Virksomheten skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere virksomhetens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, dyr, 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 informasjon om risiko tilknyttet vår produksjon. Bærekraftsrapport ligger på www.eurosko.com

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; offentlighetsprinsippet, innsynsrett og aktsomhets-vurderinger.

Vi har informasjon om produksjonssted, materialer, garverier etc på samtlige av egenproduserte modeller, for å kunne møte relevante spørsmål.

Vi har også kortfattet informasjon om vårt aktsomhetsarbeide med enkelte fokuspunkter, samt bærekraftsrapport for å møte generelle spørsmål om vår "due dilligence". 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 etter forespørsel, dersom vi ikke har informasjonen i våre registre.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker, dyr, samfunn eller miljø 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, dyr, 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. Eksempelvis flere dropp av kolleksjonen, endret tidslinjene for ordrelegging og nye tidslinjer i utviklingsarbeidet.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva virksomheten gjør for å sikre at ansatte i egen virksomhet og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere samt lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer, når det er aktuelt

Arbeidstagers rettigheter og muligheter til påvirkning i egen virksomhet er beskrevet i flere av våre interne dokumenter og ivaretas av vår HR direktør.

Arbeidere oppmuntres til dialog ved besøk. BSCI audits innebærer dialog med ansatte, samt vurdering av fabrikkens styringssystemer for lønn og arbeidstid.

Varslingskanal på [eurosko.com](https://www.eurosko.com)

Kontaktinformasjon:

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