



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2024

for Eurosko Gruppen AS



*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Eurosko Gruppen AS 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 AS driver grossistvirksomhet med import av sko og Tilbehørshuset med import av andre salgsvarer 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 ortopediske virksomheter i Norge.

2024 har vært et år preget av store endringer og økende krav til et ansvarlig næringsliv. På EU-fronten ser vi stadig flere bærekraftreguleringer, som CSRD, som stiller skjerpede krav til rapportering og ansvarlighet. Dette fører bærekraftarbeidet ytterligere inn i sentrum av vår strategi og drift. Vi har i 2024 jobbet med å kanalisere den langsiktige bærekraftstrategien ned i våre prioriterte divisjoner, slik at alle faktorer blir operasjonelle, og vil møte fremtidens krav.

Bærekraft i forsyningskjeden er en av våre hovedprioriteringer. Vi har styrket samarbeidet med våre leverandører for å sikre at de oppfyller våre standarder for etisk handel, arbeidsforhold og miljøansvar.

Vår visjon for 2025 er å akselerere vårt arbeid mot bærekraftig vekst, gjennom prosesser og oppfølging av aktsomhetsvurderinger og risikokartlegging.



Thore Olaussen
CEO

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Thor Arne Falkanger
Elisabeth Røsok

Caroline Wattum

Henrik Ruud

Thore Olaussen

Navn på virksomheten
Styrets formann
Styremedlem
Eurosko Gruppen AS

Styremedlem

Styremedlem

Styremedlem

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 AS består av datterselskaper og eierselskaper. Eurosko Gruppen AS driver grossistvirksomhet med import av sko og Tilbehørshuset med import av andre salgsvareer 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 ortopediske virksomheter i Norge.

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)

3 036 000 000

Antall ansatte

53

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Tallet over er det totale antallet ansatte ved Eurosko Gruppen AS sitt kontor i Moss i 2024.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Nina Ekstrøm - CSO

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. CSO er plassert midt i produktavdelingen for å minimere avstand mellom skoproduksjon og gjennomføringen av aktsomhetsvurderinger i CSR arbeidet.

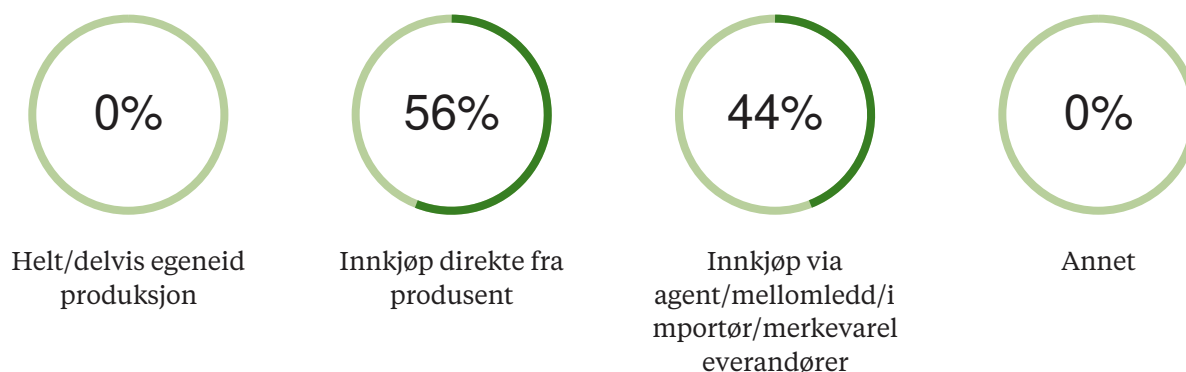
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

68

Kommentar til antall leverandører

Rapporten for 2024 omfatter Inhouse Brands og Eksterne Brands i alle våre konsepter. Vi prioriterer de som bidrar med mer enn 2% i antall par i produksjonen. Vi jobber kontinuerlig med å optimalisere leverandørkjeden, med et mål om en ytterligere samling av produksjonen. En optimalisering av leverandører fører til konsentrert produksjon og mer oversiktlig kartlegging. Vi gjennomfører risikovurderinger av alle våre eksterne leverandører som bidrar med mer enn 2% av totalt antall par. For 2024 utgjør dette 10 store leverandører, som vi har langsiktige relasjoner med. Vårt kartleggings-arbeide som består i å innhente informasjon om produksjonsland, region, produksjonssted, omfanget av aktsomhetsvurderinger, CoC, sertifiseringer og medlemskap fortsetter i 2025. 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.

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 :	97
India :	15
Italia :	5
Portugal :	7
Spania :	5

Dette er tall for "Inhouse Brands" alle konsepter.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

Antall arbeidere

15 670

Kommentar til antall arbeidere

Dette gjelder Inhouse Brands og vi har pr i dag statistikk for ca. 75% av porteføljen. Ytterligere informasjon innhentes ved forespørsel.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

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

Eurosko Gruppen AS 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

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.

Mål:

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.

Klimaregnskap med scope 3 er ivaretatt for 2024, og ligger offentlig på web, euroske.com.

Vi har redusert plastposebruken med 20%.

Status:

Kartlegge lønnsvilkår i egen leverandørkjede er en omfattende jobb som i stor grad gjøres via Amfori. 85% av våre prioriterte leverandører, som står for størstedelen av produksjonen, er nå medlem i Amfori.

Emballasjereduksjon oppnådd 2%, arbeidet fortsetter i 2024.

Prosessmål for kommende år

1

Redusere utslipp med 220 tonn CO2. Et ambisiøst mål, hvor hovedfaktorene er energiforbruk, materialbruk, og optimalisering av emballasje/logistikk kjeden.

2

Redusere plastposebruken med 10%.

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/no/barekraft/miljo/vare-policyer>

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

Formålet med Eurosko Gruppen 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 i 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 vurderes uansett årlig.

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.

Policy er forankret i hele organisasjonen og vedtatt i styret.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i virksomheten, forankret i interne retningslinjer og rutiner?

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. Styret har det formelle ansvaret.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse (eller lignende), arbeidsoppgaver og insentivordninger?

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 (visual observation form).

1.C. Planer og ressurser

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

Formålet med Eurosko Gruppen 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.

Innholdet i våre hovedpilarer er "mennesker og planeten", og hvordan vi kan minimere negativ påvirkning på disse. Pilarene er retningslinjer for all drift i Eurosko Gruppen.

1.C.2 Hvordan følges strategier og planer for bærekraftig forretningspraksis 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 leverandører og forretningsforbindelser

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av bærekraftig forretningspraksis i møte med leverandører og forretningsforbindelser?

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. Amfori er en global handelsforening som fremmer bærekraftig handel, produksjon og ansvarlig forretningspraksis.

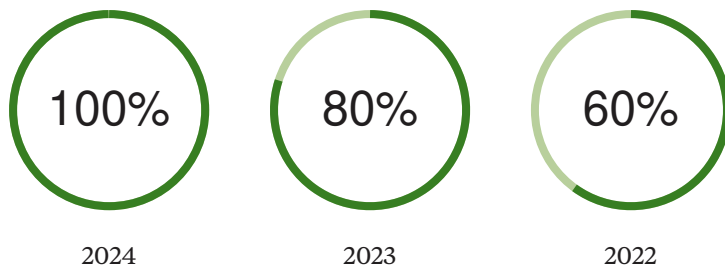
Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



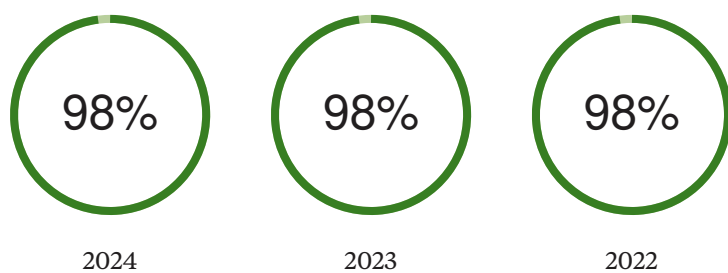
Vår CoC følger alle bestillinger, leverandør bekrefter dokumentene i sin ordrebekreftelse.

Andel leverandører i risikofylte leverandørkjeder som er kartlagt

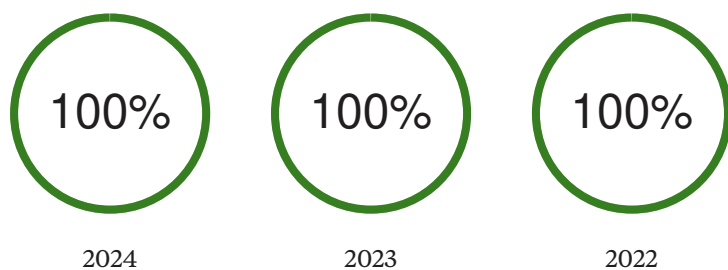


Kartlegging og oppfølging av egne produsenter har pågått i flere år, og vi har kartlagt 100% av egne produsenter.

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?

2024 har vært et år preget av store endringer og økende krav til et ansvarlig næringsliv. På EU-fronten ser vi stadig flere bærekraftreguleringer, som CSRD, som stiller skjerpede krav til rapportering og ansvarlighet. Vi ser også økende interesse fra forbrukere og frivillige organisasjoner.

Effekten av dette er ytterligere systematisering av bærekraftarbeide, og lovverket hjelper oss på vei mot vårt mål - ledende på åpenhet i vår bransje. Vi ser også at våre partnere som har en økende vilje til å dele informasjon om sitt bærekraft-arbeide med oss.

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 2024. Vi må imidlertid innse at vår produksjon ofte utgjør få % av totalen i Asia. Samarbeidet med Amfori er derfor viktig, og 70% 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 innkjøpstteam. VOF er gjennomført og levert CSR ansvarlig.

Eksterne brands:

Positive erfaringer i 2024. Grunnet økende krav til et ansvarlig arbeidsliv med stadig flere bærekraftreguleringer er det 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 prioritert risiko for potensiell og/ eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Prioritert risiko	Relatert tema	Geografi
Bruk av overtidsarbeide; begrensede muligheter til fri fagorganisering.	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Lønn Arbeidstid	Kina India
Produksjon og Garveprosessen	Helse, miljø og sikkerhet Miljø Utslipp Vann	Kina India
Transport	Miljø	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 risikoen ble identifisert og prioritert b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i kartleggingen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert d) om det er identifisert områder hvor det er manglende informasjon for å vurdere risiko og hvordan dere vil gå frem for å få mer informasjon om dette."

a) Vi har kartlagt de største risikoene innenfor hoveddelene av vår egen produksjon og fordelt dette via land og nedover til råvarenivå. Arbeidet med å vedlikeholde denne kartleggingen intensiveres 4 ganger i året, ved hver hovedmesse.

b) Vi prioriterer de produsentene som bidrar med 2% eller mer av vår produksjon. Det er her vi kan påvirke og forsøke å skape positive endringer.

c) 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 av farlige stoffer støtter dette arbeidet.

Vårt medlemskap i Amfori bidrar til bedre oppfølging, og vi har i 2024 tatt i bruk deres risikokompass i prioriteringsarbeidet.

Vår rapportering på eksterne merker følger samme system. Land, innsatsfaktorer og videre nedover i verdikjeden. Vi bruker de samme aktuelle kildene, samt dialog med merke-eier / produsenter.

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 arbeidet fortsetter i 2025.

d) Så langt har vi ikke funnet områder hvor det mangler informasjon for å kunne vurdere risiko.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, samfunn og miljø som ble identifisert men ikke prioritert, og hvordan disse er håndtert

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" også for 2024.

I tillegg til løpende dialog med fabrikkene/leverandørene, har vi tilrettelagt våre egne systemer ytterligere for ordrelegging etc. Dette 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. Det er nå opprettet egne forum i Amfori, som vi og andre produsenter deltar på, målet er å balansere trykket og vise "beste praksis" for ordreoppfølgingen igjennom produksjonen.



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 Beskriv mål og status for de tiltakene virksomheten har iverksatt for å redusere prioritert risiko

	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:</p> <p>Overtidsarbeide:</p> <p>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:</p> <p>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. Vi er selvfølgelig avhengig av at andre kunder følger opp på samme måte, slik at større deler av produksjonen blir påvirket. Det er nå opprettet egne forum i Amfori, som vi og andre produsenter deltar på, målet er å balansere trykket og vise "beste praksis" for ordreoppfølgingen igjennom produksjonen.</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 til 4 ganger i året, ved ordrebekreftelse.</p>

Mål i rapporteringsåret :

Bidra til å redusere uønsket overtid for arbeiderne.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :**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. Vi jobber med å optimalisere godkjeningsprosessen, forsinkelser i bekreftelsesperioden fører naturlig nok til endringer i produksjonstiden, og kan skape kortere ledetider.

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. 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 2-4 ganger i året.

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

3.parts revisjoner følger opp etablering av styringssystemer, samt overtidsbruk og lønn. Vi forventer at alt fokus vi setter på arbeidsforhold, og det at vi er konsistente i oppfølgingen av dette, bidrar til bedring. Vår erfaring fra BSCI revisjoner av fabrikker i 2024, er at forholdet mellom "levelønn" og faktisk utbetaling til arbeidere er rimelig. Det er nå opprettet egne forum i Amfori, som vi og andre produsenter deltar på, målet er å balansere trykket og vise "beste praksis" for ordreoppfølgingen igjennom produksjonen. Oppfølging på produsentnivå, der vi avdekker eventuelle brudd, og følger det opp.

Mål for 2025 - Egne merker:

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

Dette vil bli gjort via Amfori, og deres database.

Mål for 2025 - 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 2025. Mye må skapes gjennom holdningsarbeide da vi ikke har direkte påvirkning på produksjonen.

	Produksjon og Garveprosessen
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og våre pilarer, skal vi forhindre mulig eksponering for farlige kjemikalier i garveprosessen, og redusere produksjons-utslipp i vår verdikjede.
Status :	<p>Egne merker: Produksjonen av egne merker er vår største utslipps-faktor for 2024, noe som vises i klimaregnskapet vårt.</p> <p>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, samt oppfølging av RSL (Restricted substance list) og vannforbruk. 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.</p> <p>Eksterne merker: Vi har ingen direkte kommunikasjon med førsteledd-produsent. 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 :	<p>Kartlegge produksjonen videre med mål om å redusere CO2 avtrykk i vår egen produksjon.</p> <p>Kvalitetssikre at våre leverandører bruker LWG garverier slik vi har beskrevet og forventer i våre policyer.</p>

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Egne leverandører:

Fokus på økt bruk bærekraftige og resirkulerte materialer i vår produksjon.

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 og inneholder RSL (Restricted substance list)

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

Kartlegge produksjonen videre med mål om å redusere CO2 avtrykk i vår egen produksjon. Dette er imidlertid en uoversiktlig og tidkrevende jobb for vår bransje som baserer seg på generelle faktorer fra DEFRA.

Ved etterspørsel om garverier på modellnivå, oppnår vi et godt kartleggings-arbeide. Oppfølging på produsentnivå, der vi avdekker eventuelle brudd, og følger det opp.

Mål 2025 - Egne leverandører: Fortsatt kvalitetssikring på LWG garverier.

Mål 2025 - Eksterne leverandører: Fortsette arbeidet med påvirkning og krav fra oss som forhandler.

	Transport
Overordnet mål :	I tråd med våre verdier og våre pilarer, skal vår logistikk-kjede være så utslipps-vennlig som mulig.
Status :	Gjennom klimaregnskapet for 2024 har vi kartlagt vår logistikk-kjede med utslipp.
Mål i rapporteringsåret :	Optimalisere transportveier og metoder for å minimere CO2-utslipp.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Samarbeide med logistikkselskaper som har sterke bærekraftsprofiler og deler selskapets miljømål. Valgt samarbeidspartner lokalt som bruker EL lastebiler.

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

Grunnet store uroligheter i verden, må nå de fleste skip gå over 2 uker ekstra i sjøen, ved transport fra Asia. Dette bidrar til ca. 30% økt CO2 utslipp. Vi håper likevel å kunne redusere utslippet noe i 2025. Strengere regler for drivstoff-blandinger vil blandt annet bidra til dette. Optimalisering av fyllingsgrad containere etc er et stadig pågående arbeide.

2025: Redusere utslipp i logistikk-kjeden.

3.B Andre tiltak for å håndtere risiko for negativ påvirkning/skade

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 - produksjon

Garveprosessen medfører bruk av kjemikalier 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 CSO legge en oppfølgingsplan. Vi vil alltid prøve å forbedre produksjonen, men vedvarende brudd vil på sikt føre til stans i samarbeidet.

Intern logg viser at over 90% av vårt skinnprogram i 2024 garves av LWG sertifiserte garverier. Vi anser dette som et løpende arbeide og fortsetter i 2025.

Kjemikalie håndtering

Vi krever at vår RSL følges, og tester risiko produkter i produksjon. Ingen negative funn bekrefter at våre leverandører følger RSL. 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.

Utslipp fra produksjonen påvirkes av energiforbruk og råvarer. Vi starter mulighetene for kartlegging av energiintensitet ved fabrikkene i 2025.

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, som en del av å nå hovedmålet på 220 tonn CO2 i 2025. 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 2025.

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

Vi har i 2024 startet kartleggingen av utslipp produksjon og transport, som definitivt viser seg som våre største utslipp. Vårt mål er å redusere utslipp med over 220 tonn CO2.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis

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. Deltar på forum i Amfori sammen med "medprodusenter", målet er å balansere trykket og vise beste praksis for ordreoppfølging gjennom produksjonen.

Eksterne merker: Respektene gitte ordrefrister.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Egne merker:

Sympatex Technologies brukes i en 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 total-kolleksjonen.

Eksterne merker:

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

Egne merker:

Miljøvennlige materialer i våre skoer er viktig, andelen av resirkulerbare esker er nå 95%. 75% 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 CSO 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 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.

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 bestiktelser i egen virksomhet og leverandørkjeden

Bekjempelse av korrupsjon og bestiktelser inngår i Eurosko Gruppens Code of Conduct. Punktet er obligatorisk i revisjoner og på våre besøk på fabrikken. Egen antikorrupsjons strategi er utarbeidet, og ligger offentlig på våre web sider.

3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ påvirkning

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.

Kartlegger utslipp for å kunne gjøre riktige prioriteringer.



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 og hvordan dette gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger, og hvordan dette gjennomføres i praksis"

Arbeidet med bærekraft er en integrert del av vår forretningsdrift, hovedansvaret ligger i produktavdelingen, der også CSO tilhører. CPO har det overordnede ansvaret for bærekraftarbeidet i selskapet. CSO 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 CSO. 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. CSO bedriver «self assessment» på websider, forespørsel om sertifiseringer og dialog rundt det enkeltes 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 og/ eller måler effekten av tiltak for å redusere risiko

CSO 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 på fabrikkene synliggjør også om tiltak har betydning, og hvordan er eventuell progresjon er.



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 4 ganger i året til leverandørene sammen med minimumskriterier. Vi har åpne garverilister og leverandørlistene på web, samt informasjon om risiko tilknyttet vår produksjon.

Bærekraftrapport ligger på www.eurosko.com. Klimaregnskap ligger på WEB : <https://www.eurosko.com/no/barekraft/miljo/klimaregnskap>

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.

Klimaregnskap ligger tilgjengelig på våre nettsider.

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

CSO 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

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

Eurosko Gruppen 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, Eurosko Gruppen 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 og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer

Arbeidstageres 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) / <https://www.eurosko.com/no/barekraft/mennesker/whistleblowing>

Varsler ikke mottatt i 2024.

Kontaktinformasjon:

Eurosko Gruppen AS
Nina Ekstrøm - CSO
nina.ekstrom@eurosko.com

etiskhandel.no



Verifikasjon

Transaksjon 09222115557538514095

Dokument

Eurosko Gruppen AS

Hoveddokument

36 sider

Initiert på 2025-02-06 08:11:04 CET (+0100) av Etisk handel Norge (EhN)

Ferdigstilt den 2025-02-08 01:01:56 CET (+0100)

Initiativtaker

Etisk handel Norge (EhN)

info@etiskhandel.no

Underskriverne

Thor Arne Falkanger Styrets formann (TAFSf)

thor.arne@falkanger.no

Signert 2025-02-06 09:08:24 CET (+0100)

Caroline Wattum Styremedlem (CWS)

caroline.wattum@eurosko.com

Signert 2025-02-08 01:01:56 CET (+0100)

Henrik Ruud Styremedlem (HRS)

henrik.ruud@eurosko.com

Signert 2025-02-06 13:42:42 CET (+0100)

Thore Olaussen Styremedlem (TOS)

thore.olaussen@eurosko.com

Signert 2025-02-06 18:29:32 CET (+0100)

Elisabeth Røsok Styremedlem (ERS)

gunn.e.h.rosok@eurosko.com

Signert 2025-02-06 15:56:26 CET (+0100)

Denne verifiseringen ble utstedt av Scrive. Informasjon i kursiv har blitt verifisert trygt av Scrive. For mer informasjon/bevis som angår dette dokumentet, se de skjulte vedleggene. Bruk en PDF-leser, som Adobe Reader, som kan vise skjulte vedlegg for å se vedleggene. Vennligst merk at hvis du skriver ut dokumentet, kan ikke en utskrevet kopi verifiseres som original i henhold til bestemmelsene nedenfor, og at en enkel utskrift vil være uten innholdet i de skjulte vedleggene. Den digitale signeringsprosessen (elektronisk forsegling) garanterer at dokumentet og de skjulte vedleggene er originale, og dette kan dokumenteres matematisk og uavhengig av Scrive. Scrive tilbyr også en tjeneste som lar deg automatisk verifisere at dokumentet er originalt på: <https://scrive.com/verify>

