



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2021

for Norwegian Concept AS

□





Til lesere av rapporten

Næringslivet har stor påvirkning på mennesker, samfunn og miljø og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor også en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Alle selskaper, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning samt rette opp skade for mennesker, samfunn og miljø – såkalte aktsomhetsvurderinger (due diligence). Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner. Større virksomheter er fra og med 1. juli 2022, gjennom åpenhetsloven, lovpålagt å utføre dette arbeidet og vise åpenhet om det ved å rapportere offentlig om arbeidet.

Medlemmer i Etisk handel Norge har forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper (vår code of conduct), som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd.

Malen for medlemsrapporten er utformet for at virksomheten skal vise åpenhet om sitt arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis, som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. I rapporteringen skal det inngå hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger og beskrive hvilke utfordringer virksomheten står overfor, hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene samt fremdrift og resultater. Alle medlemsrapportene gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk handel Norges hjemmesider.

Heidi Furustøl

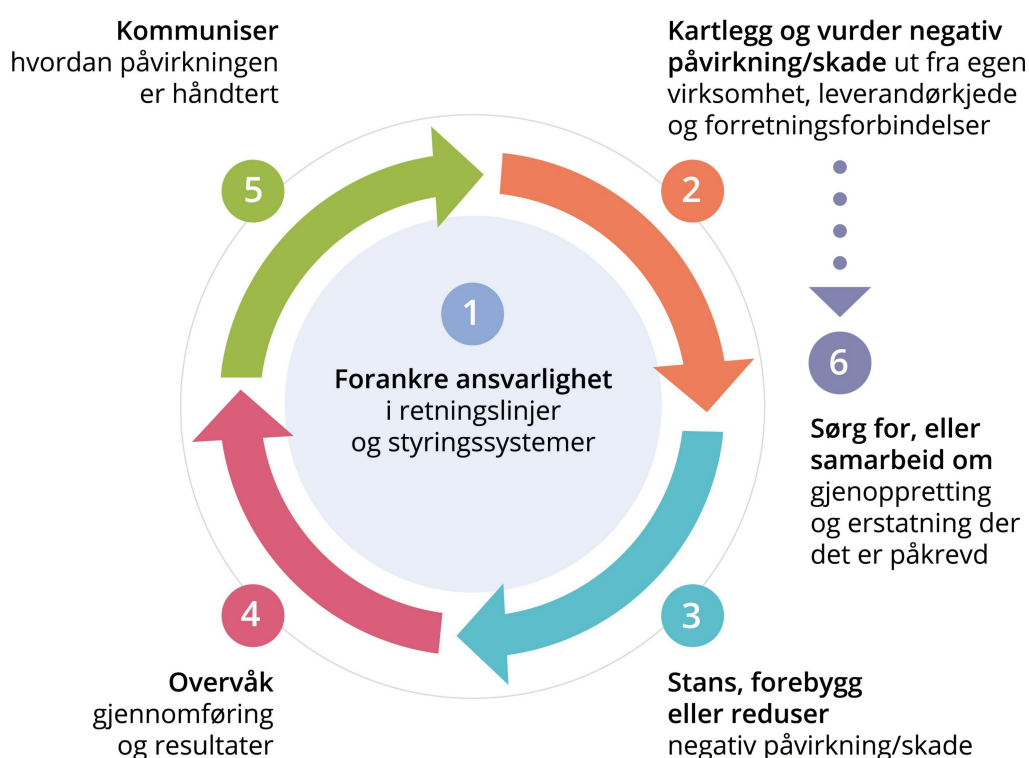
Daglig leder

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

Året 2021 hadde mange likheter med 2020. Dessverre har vi fortsatt vært preget av en verdensomspennende pandemi med store konsekvenser. Med utstrakt bruk av hjemmekontor og hyttekontor har behovet og interessen for å komme seg ut i naturen økt, og dermed gitt et oppsving for salg av tur- og fritidsklær. Samtidig har vi som så mange andre fått kjenne på utfordringene knyttet til økte fraktpriser og store forsinkelser i forsyningskjeden. Men vi har noen fantastiske medarbeidere og leverandører som sammen har gjort sitt beste for at 2021 ble et vellykket år.

Pandemi til tross, bærekraft har fått en stadig større plass på agendaen og vi som klesprodusent møtes av stadig økte krav både fra forbrukere, myndigheter og ideelle organisasjoner. Dette har gitt oss motivasjon til å øke vår innsats på området bærekraft.

I mars 2021 fikk vi vår egen fulltids bærekraftsansvarlig. En slik dedikert ressurs på bærekraftsarbeidet har bidratt til å peke ut en klarere retning, sette arbeidet mer i system og få i gang nye initiativer. Det er vi stolte av.

I tillegg har vi et bærekraftsutvalg der representanter på tvers av avdelingene er involvert. Der jobbes det aktivt ut fra handlingsplanen med mål og tiltak for bærekraftsarbeidet. Det opplever vi som en god måte å forankre og kommunisere bærekraftsarbeidet internt i bedriften.

En av de viktigste måtene vi jobber med bærekraft er gjennom tredjeparts sertifiseringer. Dette fordi vi ønsker å kunne dokumentere bærekraftspåstandene våre og skape tillitt til kunden. For 2021 ønsket vi å utvide dette arbeidet, blant annet ved å i større grad kjenne til leverandørkjeden vår og kunne dokumentere gode materialer og forhold helt fra råstoff til ferdig produkt. Denne reisen har vi startet offisielt ved å bli bluesign system partner.

For 2022 vil det bli ekstra viktig for oss å fortsette jobben med å bedre forholdene gjennom hele leverandørkjeden vår. Etter å ha signert grønnvaskingsplakaten i år vil neste års fokus også ligge på vår kommunikasjon rundt bærekraftsarbeidet – vi skal kommunisere mer, åpent og ærlig rundt bærekraftsarbeidet vårt.

" I mars 2021 fikk vi vår egen fulltids bærekraftsansvarlig. En slik dedikert ressurs på bærekraftsarbeidet har bidratt til å peke ut en klarere retning, sette arbeidet mer i system og få i gang nye initiativer. Det er vi stolte av. "

NORWEGIAN
CONCEPT

Tom Erik Mykjåland
Daglig leder

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Norwegian Concept AS

Adresse hovedkontor

Skibåsen 36, 4639 Kristiansand

Viktigste merker, produkter og tjenester

Twentyfour, Gullkorn Design

Beskrivelse av bedriftens struktur

Norwegian Concept AS er basert med hovedkontor, showrom og lager i Kristiansand, i tillegg til at vi har et showrom i Oslo. Vi designer og utvikler tur-og fritidsklær og barneklær gjennom merkene Twentyfour og Gullkorn design.

Vi består av avdelingene marked, salg, logistikk/lager, design, innkjøp, regnskap, økonomi, IT, bærekraft og HR. Alle avdelinger har mellomleder med personalansvar.

I tillegg har vi to personer ansatt i Ningbo, Kina som har ansvar for oppfølging og kvalitetssikring av leverandørene.

Styret vårt består av tre personer.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

265 000 000

Antall ansatte

41

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Vi har opprettet og ansatt en 100 % stilling som bærekraftsansvarlig.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Helene Drange, bærekraftansvarlig

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

helene@norwegianconcept.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Bedriften kjøper varer direkte fra produsent i Kina eller Bangladesh, og har i hovedsak direkte kontakt med fabrikk. Vi bruker sjeldent agent eller trading companies.

Vi baserer våre ordre på forhåndsinnvalg og frakter varene på båt. Vi har langvarige leverandørrelasjoner, og fokuserer på samarbeid over flere år for å utvikle best mulige produkter over tid. Innkjøpene blir plassert i god tid, og er et av hovedfokusene i vår forretningsmodell.

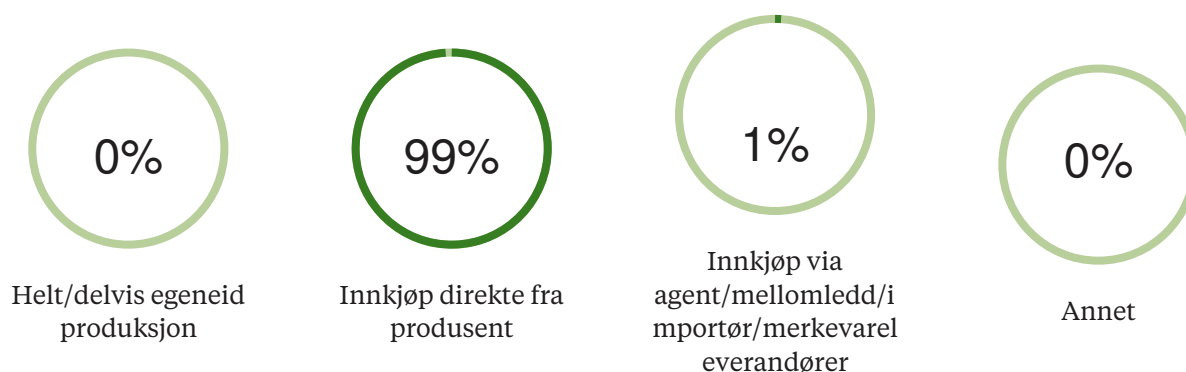
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

30

Kommentar til antall leverandører

Leverandører som har levert varer til året 2021. Ikke medberegnet mindre leverandører i Norge/Skandinavia knyttet til kontorrekvisita og lignende.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Innkjøp fra agenter utgjør kun 0,17 % av det totale innkjøpsvolumet vårt. Dette er en nedgang fra fjoråret og bekrefter at vi sjeldent benytter oss av agenter og mellomledd.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	29
Bangladesh :	1

Navn og lokasjon på alle våre førsteleddsprodusenter ligger offentlig tilgjengelig på nettsiden vår:
<https://norwegianconcept.no/sustainability/>

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

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

29

Antall arbeidere per produsent (kalkulert snitt)

163

Kommentar til antall arbeidere

Dette er antallet arbeidere på fabrikkene hos førsteleddsprodusentene våre. Det er basert på innrapportering fra leverandørene på forespørsel fra oss. Per nå mangler vi tall for to leverandører, men det er sendt påminnelse for å innhente dette.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Polyester	Kina
Bomull	Kina
Ull	Argentina Australia
Dun	Kina

Ull: All ull vi bruker er garantert fra leverandør at sauene ikke er utsatt for mulesing

Dun: All dun vi bruker er Responsible Down Standard (RDS) sertifisert

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

- Mål:** Forankre bærekraftig forretningspraksis i selskapet:
Årlig oppdatering og revidering av strategiske bærekraftsdokumenter
- Status:** De strategiske dokumentene knyttet til bærekraft er oppdatert etter Etisk Handel sin nye mal.

2

- Mål:** Forankre bærekraftig forretningspraksis i selskapet:
Utarbeide et introduksjonskurs på bærekraftsarbeidet vårt for alle nyansatte som en del av intern kompetanseheving
- Status:** Introduksjonskurs for bærekraftsarbeidet vårt er utarbeidet og gjennomført for nyansatte per dags dato. I tillegg er det utarbeidet en rutine for gjennomføring av dette for fremtiden.

3

- Mål:** Forankre bærekraftig forretningspraksis i selskapet:
Oppdatere stillinger ihht bærekraftsansvar
- Status:** Stillingsbeskrivelser for alle relevante stillinger oppdatert ihht bærekraftsansvar.

4

- Mål:** Forankre bærekraftig forretningspraksis i selskapet:
Gjennomføre 4 årlige møter i bærekraftsutvalget
- Status:** Kun 3 ble gjennomført grunnet overgang til ny bærekraftsansvarlig som leder disse møtene.

5

- Mål:** Benytte oss av tredjeparts sertifiseringer:
Undersøke og starte prosessen med å bli bluesign sytem partner som en del av satsingen på å arbeide gjennom sertifiseringer
- Status:** Ble medlem i mai 2021.

6

- Mål:** Benytte oss av tredjeparts sertifiseringer:
Utvikle produkter med e-dye
- Status:** Lar seg ikke gjøre på nåværende tidspunkt da minimumsantallet som kreves for produksjonen er for høyt. Dette vil sjekkes igjen i 2022 for å se om det er skjedd noen endringer.

7

Mål : Benytte oss av tredjeparts sertifiseringer:
Undersøke muligheten for Responsible Wool Standard på ull

Status : For stor kostnad per dags dato. Vil kontinuerlig følge med på endringer i dette bildet.

8

Mål : Transparens rundt bærekraftsarbeidet:
Oppdatere vår eksterne kommunikasjon om bærekraft på hjemmesidene våre

Status : Ny og oppdatert informasjon om bærekraftsarbeidet vårt kommuniseres nå både på Norwegian Concept sin hjemmeside og de individuelle merkene sine nettsider.

9

Mål : Transparens rundt bærekraftsarbeidet:
Signere grønnvaskingsplakaten

Status : Signert juni 2021.

10

Mål : Redusere vårt klimaavtrykk:
Maks 1 % av varer skal sendes med flyfrakt

Status : Årsrapport flyfrakt 2021 viser at 0,2 % av varer ble sendt med fly.

11

Mål : Utvikle ny "mal" for risikoanalysen for 2021-2022

Status : Konklusjon at vi vil benytte det nye risikoverktøyet lansert av Etisk Handel.

12

Mål : Sette opp bærekraftsbudsjett for 2021

Status : Fullført.

13

Mål : Bærekraftsansvarlig inkluderes i ledergruppe

Status : Utsatt til 2023.

14

Mål : Kompetanseheving leverandør

Status : Utsatt til 2023 hovedsakelig grunnet reiserestriksjoner som har vanskeliggjort kommunikasjonen med leverandørene.

15

Mål: Returpolicy ut mot kunder ihht bærekraftstrategi/plattform

Status: Utsatt til 2023 grunnet begrenset ressurser og tid.

16

Mål: Påvirke den største leverandør til Norwegian Concept - fra C rating til A/B

Status: Utsatt til 2023 grunnet utfordringer knyttet til reiserestriksjoner, samt begrenset ressurser og tid.

17

Mål: Risikokartlegging per produktgruppe i samarbeid med Kjemikaliegruppen RISE

Status: Ikke gjennomført grunnet begrenset ressurser og tid.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Forankre bærekraftig forretningspraksis i selskapet:

Årlig oppdatering og revidering av strategiske bærekraftsdokumenter

2

Forankre bærekraftig forretningspraksis i selskapet:

Utvikle et viderekomment kurs for bærekraft som en del av intern kompetanseheving

3

Forankre bærekraftig forretningspraksis i selskapet:

Gjennomføre 4 årlige møter i bærekraftsutvalget

4

Benytte oss av tredjeparts sertifiseringer:

Årlig undersøke mulighetene for nye sertifiseringer

- E-dye

- GOTS på bomull

- RWS på ull

5

Benytte oss av tredjeparts sertifisering:

I samarbeid med vår rådgiver i bluesign utarbeide en handlingsplan basert på gap analysen (få flere bluesign sertifiserte leverandører og materialer)

6

Benytte oss av tredjeparts sertifiseringer:

Utarbeide en intern oversikt over våre sertifiseringer og miljømerker på produktnivå (til bruk ved innsalg til forhandlere)

7

Transparens rundt bærekraftsarbeidet:
Utarbeide en kommunikasjonsstrategi på bærekraft

8

Redusere vårt klimaavtrykk:
Ingen varer skal sendes med flyfrakt

9

Redusere vårt klimaavtrykk:
Utarbeide prinsipper for utvelgelse for leverandører og produkter

10

Redusere vårt klimaavtrykk:
Undersøke mulighetene for å få i gang en reparasjonsløsning

11

Gjennomføre ny risikokartlegging av våre leverandører (gjøres annet hvert år)

12

Sette opp et bærekraftsbudsjett for 2022



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://norwegianconcept.no/sustainability/>

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

I Norwegian Concept har vi et sterkt fokus på bærekraft, og vi ønsker å ta vår del av ansvaret. Vi erkjenner at tekstilindustrien har en stor negativ miljøpåvirkning og står overfor etiske utfordringer. Som et selskap som designer og utvikler friluft- og barneklær, er det av stor betydning for oss å sikre at fremtidige generasjoner kan ha glede av den samme naturen som vi har i dag. Derfor har vi forpliktet oss til å fremme ansvarlig forretningspraksis i våre leverandørkjeder, slik at vi kan ta vare på mennesker, samfunn og miljø på best mulig måte.

Vi jobber kontinuerlig for en mer bærekraftig verdikjede og produksjon av klær. For å gjøre dette har vi valgt å samarbeide med medlemsorganisasjoner og bruke tredjepartssertifiseringer. Våre medlemskap gir oss verdifull innsikt og oppdatert kunnskap om bærekraft i tekstilindustrien. Våre sertifiseringer gir deg, våre kunder, bevis og dokumentasjon på bærekraftsarbeidet vårt. Likevel er det viktig å være klar over at sertifiseringer ikke er perfekte, og vi tror ikke de automatisk gjør produksjonen vår bærekraftig. Men det er den beste løsningen vi har funnet så langt.

Hos Norwegian Concept har vi forpliktet oss til å drive vår virksomhet på en ansvarlig, etisk og lovlig måte. For å sikre dette har vi laget vår policy og retningslinjer for ansvarlig forretningspraksis. De finner du her:

<https://norwegianconcept.no/sustainability/>

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

Policyen for egen virksomhet er utviklet basert på malen fra Etisk handel og i samråd med bærekraftsutvalget vårt som består av representanter på tvers av alle avdelingene våre. Policyen skal årlig gjennomgås og revideres ved behov. Policyen er forankret ved at den er signert av styret, samt formidlet og ligger internt tilgjengelig for alle ansatte på Teams. Policyen er også et fokusområde i introduksjonskurset om bærekraft som vi har for alle nyansatte. Eksternt formidles policyen ved at den er offentlig tilgjengelig på våre hjemmesider, samt at den brukes ut mot leverandører og forhandlere.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Vi har en bærekraftsansvarlig i bedriften som til daglig jobber med bærekraftsarbeidet vårt og som er ansvarlig for rapportering knyttet til bærekraft og aktsomhetsvurderinger. I tillegg har vi et bærekraftsutvalg med 4 årlige møter som bærekraftsansvarlig leder. I dette utvalget skal alle relevante avdelinger være representert, men det gjøres årlig en gjennomgang om noen av representantene skal byttes ut. Flere representanter ble skiftet ut i 2021, dette på bakgrunn av at vi ville involvere flere ansatte og dermed gi flere innsikt og påvirkning i bærekraftsarbeidet. I 2021 hadde vi 3 samlinger, hvor bærekraftsansvarlig, daglig leder, produksjonsansvarlig (avdelingsleder for innkjøp og design), markedskordinator, selger og HR var medlemmer. I utvalget oppdaterer vi handlingsplaner, spiller inn nye forslag, vedtar nye strategier før de blir presentert til styret og medlemmene tar med seg relevant informasjon tilbake til sine avdelinger. Denne gruppen kalte vi tidligere for "etikkgruppen" og ble satt sammen på bakgrunn av at vi trengte et felles forum med mer målbare tidsfrister, og er en fin arena for å opplyse nøkkelfunksjoner om nye utviklinger, fokusområder etc.

Bærekraftsansvarlig har flere punkter på handlingsplanen som blir jobbet med kontinuerlig gjennom hele året, og har ansvar for intern og ekstern kursing, samt utvikling av strategier sammen med relevante avdelinger. Produksjonsansvarlig er sammen med Daglig leder ansvarlig for at leverandørene er informert om vår bærekraftige forretningspraksis. Daglig leder presenterer sakene til styret.

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

- Ansvar knyttet til bærekraft er tydeliggjort i stillingsbeskrivelsene til de ansatte
- Vi har 2 allmøter i året hvor ansatte blir briefet om relevante saker, her er bærekraft også på agendaen (noe redusert i 2021 pga covid 19)
- Alle nyansatte gjennomgår et introduksjonskurs til bærekraft som en del av onboardingen
- Alle ansatte kjenner til bærekraftsutvalget, og vet at man kan komme med innspill til denne gruppen. De fleste ansatte mottar også relevante oppdateringer fra sine representanter i bærekraftsutvalget
- Alle ansatte har tilgang i Teams til de strategiske dokumentene våre knyttet til bærekraft
- Nyheter knyttet til bærekraftsarbeidet blir kommunisert til alle ansatte gjennom Teams
- Avdelingene design og innkjøp får kontinuerlig informasjon om nyutviklinger hos leverandørene på avdelingsmøter (2x måneden)

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

Intern opplæring/workshops, og ekstern kursing gjennom nettverksgrupper som Næringsforeningen i Kristiansand eller hos Etisk Handel, Bluesign eller Kjemikaliegruppen RISE.

1.C. Planer og ressurser

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

Vi har fire fokusområder i vår bærekraftstrategi:

- Ansatte og opplæring: Vi skal ha ansatte med kompetanse på bærekraft, da det er de som tar beslutningene som kan påvirke vårt klimaavtrykk.
- Innkjøpspraksis: Har stor betydning for å redusere overproduksjon og feilproduksjon. Vi skal derfor ha god dialog med leverandørene og høre på deres behov, det innebærer blant annet lange ledetider og å forsøke å produsere i lavsesong.
- Leverandører: Vi har troen på at langvarig tilstedeværelse og relasjon med leverandørene bidrar til bedre kvalitet på produktene og større sjanse for å få gjennomført prosjekter knyttet til nye sertifiseringer og teknologier.
- Levetid og endeliv: Vi skal jobbe med å høyne affeksjonsverdien på produktene våre og øke levetiden ved å ha god kvalitet på produktene våre.

Bærekraftstrategien angir den overordnede retningen på bærekraftsarbeidet vårt. Handlingsplanen med mål, aktiviteter og tidsfrister er forankret i bærekraftsstrategien og er dermed styrende i hvilke beslutninger, endringer og veivalg som blir tatt i bærekraftsutvalget. Bærekraftstrategien i sin helhet er ikke gjort offentlig, men blir aktivt brukt ut mot leverandører og b2b kunder.

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

Daglig leder er ansvarlig for å føre bedriftens bærekraftstrategi på styrenivå, og jobber med styret på enkelte områder hvor handlingsmål feks skal styrevedtas.

Kommunikasjon med leverandør er spesielt viktig for styret, for å sørge for at bedriften er konkurransedyktig i samarbeid med våre største leverandører, og ikke minst at vi kan stille oss bak vår visjon om produktenes levetid. Dette krever kommunikasjon rundt bærekraftstrategien i alle ledd, og styret ser viktigheten av dette.

Hovedaksjonærene i selskapet består av styreformann og daglig leder. Dermed er det kort vei til beslutningstakerne.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

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

- Vi starter hvert leverandørmøte med en egen rutine hvor vi går igjennom CoC og kjemikalieguide hvor vi etterspør dialog på områder hvor leverandøren føler seg usikker/har vanskeligheter med å imøtekomme våre retningslinjer.
- Vår innkjøpspraksis er tuftet på dialog og samarbeid med våre utvalgte samarbeidspartnere. Vi går sjeldent eller aldri i konflikt med egne retningslinjer hva innkjøpspraksis angår.
- Den daglige kommunikasjonen med leverandørene er bevisst ansvarlig og skal oppfordre til dialog. Vi fokusere på ansvarlig innkjøpspraksis, dialog og kvalitet.

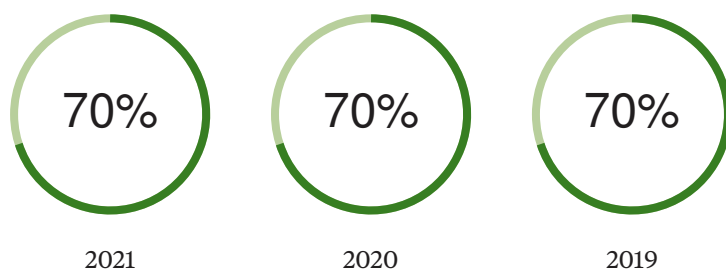
Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



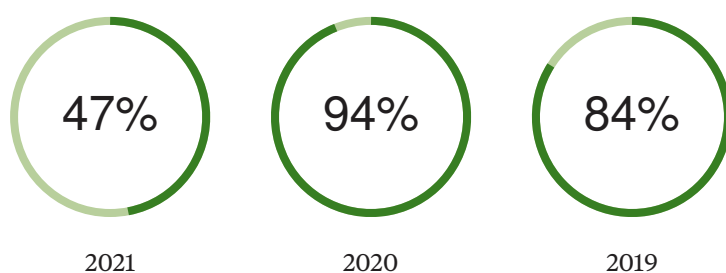
Retningslinjene ble oppdatert mot slutten av 2021, og vi er fortsatt i prosess med å sende påminnelser for å få alle leverandører til å signere. Alle nye leverandører for året har signert de oppdaterte retningslinjene og alle tidligere leverandører har signert de gamle retningslinjene våre.

Andel leverandører i risikofylte leverandørkjeder som er kartlagt



Kartleggingen er ikke oppdatert siden risikokartleggingen for 2020.

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



Norwegian Concept har en målsetning om å skape gode og langvarige relasjoner med leverandørene våre. Hovedårsaken til at prosentandelen vi har oppgitt for 2021 er såpass mye lavere enn tidligere år er at vi nå har beregnet basert på aktive leverandører, dvs leverandører det faktisk er bestilt ordre fra for det året.

I tillegg har vi avsluttet noen leverandørforhold etter et ønske om å samle produksjonen hos færre leverandører og fokusere på å utvikle en god relasjon og kommunikasjon med dem. Vi ønsker også å unngå handel gjennom agenter, og har derfor avsluttet noen agentforhold til fordel for å kjøpe direkte fra leverandør.

Vi har også fått en del nye leverandører for 2021 da vi har satset på nye produktkategorier som sko og accessoarer som sekker og bager.

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?

2021 var preget av en fortsatt verdensomspennende pandemi. Heldigvis har Norwegian Concept med sine merker innen turklær og barneklær klart seg relativt bra sammenlignet med andre bransjer da behovet for å ut i naturen har fått et oppsving. Vi har også erfart at det å ha robuste og langvarige leverandørforhold har vært til god hjelp når vi har møtt utfordringer som økte fraktpriser og leveringstider. God kommunikasjon og dialog er nøkkelen til å finne løsninger som fungerer for begge parter.

En annen viktig lærdom fra året er viktigheten av åpenhet og ærlighet i kommunikasjonen rundt bærekraft. I år har vi derfor oppdatert alle våre retningslinjer og policyer på bærekraft etter Etisk Handel sin nye mal (ligger offentlig tilgjengelig på nettsiden vår).

Nytt for året er også tiltredelsen av vår nye fulltidsstilling bærekraftsansvarlig. Det har gitt oss økt kapasitet og kunnskap til å jobbe mer målrettet med bærekraftsarbeidet vårt.

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

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

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

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

2.A.1 List opp virksomhetens prioriterte risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Fri fagorganisering	Fagorganisering og kollektive forhandlinger	Kina
Overtid og manglende lønn for overtiden ifht høysesong/lavsesong	Arbeidstid	Kina
Utnyttelse av migrantarbeidere/Tvangsarbeid	Tvangsarbeid Regulære ansettelser Marginaliserte befolkningsgrupper	Kina
Korrupsjon, HMS og lønn	Helse, miljø og sikkerhet Lønn Korrupsjon	Bangladesh
Miljø (CO2-utslipp, vannforbruk, kjemikalier)	Miljø Utslipp Avfall Vann	Globalt
Avfall i naturen/miljørisikoer	Miljø Avfall Vann	Globalt

Listen over reflekterer det vi anser som de største utfordringer i vår verdikjede, knyttet til de ulike produksjonslandene.

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

2.A.2 Beskriv kort virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og vis til hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. Beskriv hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/dere har snakket med. Beskriv videre også 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 foretar en risikoanalyse av alle leverandører annethvert år. Kilder er oppgitt i dokument, men hovedinformasjon blir innhentet i stor grad av et egenmeldingsskjema, besøksrapport fra Kinesisk ansatt i Ningbo, samt en risikoanalyse som oppdateres hver halvår. I tillegg til dette kommer egne besøk, audits gjennomført av andre og sertifikasjoner. Ingen leverandører blir brukt med mindre de har signert general supplier contract, som inneholder code of conduct, kjemikalieliste etc.

Kilder er Etisk Handel, ITUC, China Labour Watch, Impactt, ILO og liknende organisasjoner.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

A woman in a blue lab coat and cap is working in a laboratory. She is looking down at a piece of equipment on a table. In the background, other people in similar attire are working at a long table under bright lights.

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

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

3.A Stanse, forebygge eller redusere

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

Prioritert negativ påvirkning/skade	Fri fagorganisering
Overordnet mål :	Støtte opp om retten til fri fagorganisering og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon.
Status :	Det finnes bare en fagforening i Kina (som er kontrollert av myndighetene), og selv om det skal være organisasjonsfrihet så er det vanskelig å anse dette som en optimal ordning. Retten til å organisere seg er en grunnleggende menneskerettighet, og for oss er det viktig å følge dette opp på fabrikkene vi handler med. Vi har det som et krav i kontraktene våre med leverandørene, men da Covid19 har satt en stopper for besøk til fabrikkene har det vært utfordrende å følge godt nok opp. Dette er et krav i vår CoC som leverandørene signerer.
Mål i rapporteringsåret :	Lære mer om utfordringene knyttet til fri fagorganisering og vår mulighet til å påvirke og kartlegge forholdene hos våre leverandører

Utforte tiltak og begrunnelse :

Deltatt på kurs i regi av Etisk Handel om verktøyet Quizzr som kan brukes til opplæring av ansatte om rettigheter og involvering på arbeidsplassen. Vi håper å gå videre med dette prosjektet i 2022.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Overtid og manglende lønn for overtiden ifht høysesong/lavsesong
Overordnet mål :	Reduksjon av overtid
Status :	Adresserer problemet med våre leverandører.
Mål i rapporteringsåret :	Ny rutine for leverandørmøter

Utforte tiltak og begrunnelse :

Vi har laget en rutine for leverandørmøter, hvor vi tar opp Code of Conduct (CoC), hvilke punkter som er vanskelige for leverandøren å fremholde. Vi oppfordrer leverandøren til å snakke fritt om overtid, og ber leverandøren vise til uker/måneder eller perioder hvor det er forekommet overtid. Dersom leverandøren oppgir at det er forekommet overtid, spør vi om årsak til dette. Med vår innkjøpspraksis sier leverandør at de kan planlegge produksjonskapasiteten sin bedre, og dersom vi opplever store forsinkelser hos en leverandør, ettergir vi ofte noe av vår leveringstid. Det kan føre til splittet kostnad for flyfrakt (eller tog) men dette har vi en egen strategi for å unngå. Vi bruker aldri tilbakehold betaling som virkemiddel mot våre leverandører.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Utnyttelse av migrantarbeidere/Tvangsarbeid
Overordnet mål :	Sikre anstendig arbeidsforhold for migrantarbeiderne i vår verdikjede
Status :	Pågående
Mål i rapporteringsåret :	1) Kartlegge migrantarbeiderne på produksjonsfabrikkene i Kina 2) Kartlegge opprinnelse for eventuelle migrantarbeidere på produksjonsfabrikkene i vår verdikjede i Kina 3) Kartlegge hvor lenge migrantarbeiderne hadde vært ansatt på fabrikkene

Utforte tiltak og begrunnelse :

Et relevant tema i 2021 har vært risikoen for systematisk utnyttelse av uigurene i Xinjiang i Kina og myndighetens "omskoleringsprogram" (hvor mange uigurer blir tvangsflyttet til andre deler av Kina for å jobbe på blant annet tekstilfabrikker). I forbindelse med dette har vi hatt et ønske om å kartlegge migrantarbeiderne på våre produksjonsfabrikker for å avdekke om det foregår utnyttelse av uigurer.

Ingen av våre fabrikker i Kina ligger i regionene hvor dette er ansett som en stor risiko, og grunnet utfordringer knyttet til Covid19 har vi ikke hatt mulighet til å fullføre denne kartleggingen. Arbeidet vil derfor fortsette neste år.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Korrupsjon, HMS og lønn
Overordnet mål :	Ansvarlig produksjon i Bangladesh
Status :	Under observasjon
Mål i rapporteringsåret :	(1) Leverandørene skal etterleve vår policy på korrupsjon (2) Gode arbeidsforhold på fabrikkene mtp sikkerhet (3) Levelønn

Utforte tiltak og begrunnelse :

Bangladesh regnes som et av de mest korrupte landene i verden, så korrupsjon er et utbredt problem. Vi har i vår CoC og retningslinjer for leverandører spesifisert at vi ikke godtar korrupsjon.

Dårlig sikkerhet og dårlige arbeidsforhold på fabrikkene er også et utbredt problem på en stor andel av tekstilfabrikkene i Bangladesh. Blant annet mangler det ofte nødutgang, det er dårlig ventilasjon og det skjer mange arbeidsulykker.

Tekstilarbeidernes lønn i Bangladesh er svært lav, og for mange er det ikke nok til å dekke grunnleggende behov - det er ikke en levelønn.

For å møte disse problemene har vår leverandør gjennomført BSCI audit (forrige i 2020, neste planlagt i mars 2022) og er medlem av the Accord. The Accord har generelt vist seg svært effektiv til å sikre bedre arbeidsforhold på fabrikkene.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Miljø (CO2-utslipp, vannforbruk, kjemikalier)
Overordnet mål :	Redusere negativ miljøpåvirkning i hele verdikjeden
Status :	Kontinuerlig arbeid
Mål i rapporteringsåret :	Bærekraftsarbeidet (med handlingsplanen som verktøy) skal bidra til å redusere vår negative miljøpåvirkning

Utførte tiltak og begrunnelse :

- Økt andel av produksjon med mer miljøvennlige materialer under innsalget til 2021/22 (Utviklet i 2020/21). For eksempel brukes det Repreve (resirkulert vattering) i alle ytterklærne med vattering fra Gullkorn.
- Alle Gullkorn Design sine produkter er Oeko-Tex 100 sertifisert (forbrukersertifisering, men bedrer også produksjonsprosessen noe)
- Oppdatert kjemikalieliste i samarbeid med Kjemikaliegruppen i RISE, samt videreformidle denne til leverandørene våre. -
- Nådd målet vårt om maks 1 % flyfrakt for 2021 (frakt med skip er bedre for miljøet enn flyfrakt)
- Vi har inngått en ny tredjeparts sertifisering, bluesign system partner, som skal bidra til bedre forhold både for mennesker og miljø gjennom hele vår leverandørkjede (fra råstoff til ferdig produkt)

Prioritert negativ påvirkning/skade	Avfall i naturen/miljørisikoer
Overordnet mål :	Ansvarlig håndtering av tekstilavfall
Status :	Pågående arbeid
Mål i rapporteringsåret :	Redusere mikroplast i naturen som følge av vår klesproduksjon

Utforte tiltak og begrunnelse :

Klær laget av kunstfibre (fleece, nylon, akryl, polyester) inneholder mikrofiber av plast som frigjøres blant annet når klærne vaskes. Dette er svært skadelig for miljøet da plast ikke er nedbrytbart. Havner disse plastfibrene i havet har det dødelige konsekvenser for dyrelivet.

- Vi selger vaskeposer i vår nettbutikk og oppfordrer kundene til å vaske plaggene etter vaskeanvisningen
- Vi forsøker der det er mulig å bruke opp avfallstoffene til leverandørene våre, enten ved å inkludere i produksjon eller til å lage nye produkter. Dette gjør at vi unngår at restestoffene kastes og havner på en søppeldyng (problematikken med plastfiber i naturen som ikke er nedbrytbart)
- Vi benytter carelabel med vaskeanvisninger på alle språk
- Vi sorterer eget avfall ansvarlig (oppbevarer all tekstil avfall inhouse til det kan leveres separat hosAvfall Sør)

Tverrgående 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 miljø- og klimafotavtrykk

Vi har en bærekraftstrategi som omhandler å spare energi, vann og redusere klimagass-utslipp.

Norwegian Concept vil arbeide for å redusere vårt karbonfotavtrykk:

- Bruke mindre vann i produksjonen
- Fokus på fabrikker som bruker energi fra bærekraftige energikilder
- Bruke mindre kjemikalier i produksjonen av stoff, trims og behandlinger
- Produsere på fabrikker med oppdatert maskineri og teknologi
- Håndtere vareprøver og reklamasjoner på en ansvarlig måte
- Fortsette å redusere flyfrakten i henhold til vår flyfraktstrategi
- Ikke bidra til overproduksjon eller urettferdig prising i markedet

Strategien brukes aktivt i de kravene vi setter til våre eksisterende leverandører og det brukes som kriterier i utvelgelsen av nye leverandører.

Basert på strategien utarbeider vi for hvert år en handlingsplan med konkrete mål og tiltak for å stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning/ skade på mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden. Blant annet har vi dette året oppdatert våre retningslinjer og policyer som setter strengere krav til hva vi forventer av våre leverandører knyttet til bærekraft og aktsomhetsvurderinger. Vi har også blitt en del av bluesign som er en tredjeparts sertifisering vi vil bruke for å sikre gode forhold gjennom hele vår leverandørkjede. Se mål og status for 2021 tidligere i rapporten for flere eksempler.

3.B.2 Tilpasning av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Fra bærekraftstrategien vår:

Norwegian Concept skal være bransjeledende innenfor tekstilsektoren med sin innkjøpspraksis, tilpasset våre leverandører. Vi skal fortsette dialogen med våre leverandører, produsere i lavsesong der det er mulig, og ha de lengste ledetidene for å forsikre oss om at både Norwegian Concept og leverandøren har de beste tilrettelagte forhold. Vi skal gå foran med et godt eksempel, hvor dialogen med leverandør er avgjørende for våre innkjøpsrutiner, og vi skal basere innkjøpsmengde på et realistisk estimat for å unngå å bidra til overproduksjon og prisreduksjon i markedet.

Konkrete tiltak som er blitt gjort igjennom årene:

- Setter innkjøp i lavsesong for å minske press på leverandør, sikre stabil ordreinnngang, unngå press som fører til overtidarbeid, flyfrakt etc.
- Setter innkjøp mye tidligere enn før (Juni, Juli, August istedenfor September) og kan dermed la være å sende forecasts som kan vise seg å være misvisende.
- Jobber direkte med fabrikk hos de fleste leverandører – noe som gir bedre kontroll, større fleksibilitet, bedre sporbarhet, sikrere betalinger (ikke agenter som tilbakeholder penger), større påvirkningsevne på forhold som bør forbedres
- Betaler fortløpende, tilbakeholder eller utsetter aldri betalinger. Sikrer forutsigbar og stabil inntekt for leverandører, sikrer arbeidsplasser osv.
- Avtaler timeline med leverandørene og finner løsninger som fungerer for begge parter. Setter innkjøpene tidligere enn før og gir leverandørene bedre ledetid. Leverandørene oppgir ETD i de fleste tilfeller
- Endrer ikke på plagg/detaljer etter at purchase order er sendt (ble gjort mye tidligere)
- Jobber langsiktig og stabilt hos hovedleverandørene våre. Dette gir forutsigbarhet for begge parter
- Utøver lite prispress/pruting, har begynt å jobbe mer med target price og blir enige med leverandør om priser før prøver der vi kan. Der vi har target price kan leverandør foreslå stoff etc som passer prisen
- Overholder minimum order quantity og setter i større grad gode bestillinger til leverandørene
- Sier nei til spesialproduksjoner med urimelige krav (der vi ser vi vil måtte legge press på leverandør på en måte som strider mot vår coc)
- Kartlegger leverandører og fabrikker gjennom besøk og ansatt i Kina
- Dekker egen qc som er inne å sjekker produksjonene, dette gir leverandørene tid til å fikse ting på sin side hvis nødvendig (istedenfor potensielle claims etc)
- Claims mot leverandør gått ned med over 70% fra 2014.
- Laget i 2018 strategi på reduksjon av flyfrakt. Svært positivt for leverandøren, da det ofte er årsaker på deres side som gjør at det blir forsinkelser, og de må dekke flyfrakten. For 2021 er vi nede i under 1 % flyfrakt.
- Prosjekt om hvordan vi kan redusere sample costs hos leverandøren, for å unngå å bestille prøver som ikke blir satt i produksjon. Ferdigstilt i 2019.

Vi får stadig positive tilbakemeldinger på innkjøpspraksisen fra våre leverandører, og spesielt under pandemien har vi sett fordelene ved å ha en god innkjøpspraksis og dermed et godt og tett forhold til våre leverandører.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

- Gullkorn Design bruker forbrukersertifiseringen Oeko-Tex 100.
 - Twentyfour bruker Responsible Down Standard.
 - Gullkorn Design/Twentyfour er PFC-frie i 2020 (vedtatt i 2019)
 - Økt bruk av resirkulerte stoffer/vatteringer i 2019/2020, eksempelvis vatteringen Repreve
 - Vi ble i 2021 bluesign system partner. bluesign merket på leverandører og materialer er et stempel på at forholdene for mennesker og miljø er bra helt fra råstoff til ferdig produkt. Vi er nå i gang med prosessen å gå over til flest mulig bluesign sertifiserte materialer og leverandører.
-

3.B.4 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

Alle fabrikkene våre med unntak av en er i Kina. I Kina finnes det bare én fagforening (som er kontrollert av myndighetene), og selv om det skal være organisasjonsfrihet så er det vanskelig å anse dette som en optimal ordning. Retten til å organisere seg er en grunnleggende menneskerettighet, og for oss er det viktig å følge dette opp på fabrikkene vi handler med.

I retningslinjene til leverandørene våre/CoC spesifiserer vi at arbeiderne har rett til fagorganisering, og leverandørene våre signerer dette. I møte med nye leverandører har vi også en rutine for å snakke gjennom, forklare og svare på spørsmål knyttet til CoC.

For å følge opp om retten til fagorganisering blir fulgt i praksis ønsker vi for 2022 å teste ut verktøyet Quizzr. Det skal da brukes til å gi arbeiderne kunnskap og opplæring knyttet til deres rettigheter og muligheter for fagorganisering.

3.B.5 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring internt og av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

For 2021 har vi hatt størst fokus på intern kompetanseheving og opplæring. Ved å ansette en egen bærekraftsansvarlig har vi fått hevet kompetansenivået på bærekraft. Bærekraftsansvarlig har i tillegg utviklet kurs for å lære opp ansatte i bærekraft.

Medlemskapene våre i Etisk Handel, Kjemikaliegruppen RISE og bluesign er også en viktig kilde til kunnskap gjennom de kursene vi får delta på (bærekraftsansvarlig har deltatt på alle relevante kurs for 2021), ressursene vi får tilgjengelige og den personlige rådgivningen vi får.

Hva gjelder leverandørene våre har kompetanseheving og opplæring av eksisterende leverandører vist seg vanskelig under Covid19, og arbeidet er derfor i stor grad utsatt til 2022. Derimot legger vi ned mye arbeid i utvelgelsen av nye leverandører (vi har flere nye i 2021) som blant annet vektlegger leverandørens kompetanse og tiltak på bærekraft. Vi ønsker nemlig det beste utgangspunktet med våre nye leverandører når det kommer til samarbeid om bærekraft.

3.B.6 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

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

4.A Overvåkning og evaluering

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

Daglig leder har et overordnet ansvar i Norwegian Concept for å håndtere negativ påvirkning.

I praksis er det vår produksjonsansvarlig som har mye av den daglige dialogen med leverandørene og som følger opp ordrer og at tidsfrister overholdes. I Kina har vi en ansatt med ansvar for å kvalitetssikre fabrikkene våre, noe vi nå jobber med å få til å inkludere mer oppfølging knyttet til arbeidsforholdene på fabrikkene.

I samarbeid med bærekraftsansvarlig jobbes det med å i større grad systematisere dette arbeidet, men det er en kontinuerlig prosess for å bli bedre.

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

Gjennom daglig dialog og flere møter gjennom året jobber vi systematisk for at leverandørene skal opprettholde samme policy for sine arbeidere, underleverandører og for miljøet som vi pålegger vår hovedleverandør. Enkelte områder er enklere å måle enn andre, men i åpen dialog med leverandør etterspør vi hvordan policy og tiltak fungerer i praksis. Vi får særlig tilbakemelding på at fleksibilitet rundt eks leveringstider bidrar positivt til å redusere overtid og andre feil som kan inntreffe under tidspress (feilbestillinger, uforutsigbare ansettelser etc)

Dette arbeidet har vært redusert i 2021 da det har vært vanskeligere å gjennomføre leverandørmøter, samt at både Norwegian Concept og leverandørene møtte ulike former for nedstegninger etc.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at a stove in a kitchen. The background is blurred, showing kitchen fixtures.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

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

5.A. Kommunisere eksternt

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

Vi jobber bevisst for å ha langvarige og gode relasjoner til våre leverandører der vi respekterer hverandre. Over tid vil leverandørene da i større grad se at det er rom for å gjøre feil uten at dette automatisk betyr at vi avslutter kontrakten med dem. Vi tror også at ved å ha en slik god dialog og tillitt i bunn vil det være enklere for leverandører å ta opp dersom det har skjedd feil eller det oppdages brudd på retningslinjene. Hvis vi oppdager brudd på våre retningslinjer vil vi umiddelbart involvere relevante interessenter for å samle informasjon om situasjonen, og for å diskutere mulige løsninger.

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

På hjemmesiden til Norwegian Concept, samt merkene våre Twentyfour og Gullkorn Design har vi en bærekraftsfane hvor vi kommuniserer vårt bærekraftsarbeid (nye nettsider på plass i 2021). Det inkluderer vår anerkjennelse av at virksomheten vår har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, samt hva vi gjør for å forbedre oss.

I tillegg er en viktig del av kommunikasjon vår rundt dette Etisk Handel rapporten som offentliggjøres hver år. Fra og med 2022 vil den også publiseres på våre egne nettsider da nettsidene og oppsettet nå er oppdatert.

I dialog med våre største kunder informerer vi også om enkelte deler av arbeidet vi gjør, eks innkjøpspraksis, egen policy osv.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

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



6.A Gjenoppretting

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

Hentet fra vår Policy for bærekraftig forretningspraksis:

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.

For å sikre at gjenoppretting skjer i henhold til våre krav og retningslinjer på leverandørnivå, følger vi opp leverandørene nøye og tilbyr støtte og hjelp underveis i prosessen. Vi har ikke hatt tilfeller med behov for gjenoppretting til nå, men skulle det oppstå vil vi søke hjelp fra relevanteresurssentre som Etisk Handel Norge for å sikre innspill og informasjon fra en uavhengig tredjepart.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Vi har ikke hatt noen tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden. Vi vil gjøre vårt beste for å legge til rette for at slike tilfeller blir oppdaget, men håper selvfølgelig at det ikke oppstår slike tilfeller i fremtiden heller.

6.B Tilgang til mekanismer for gjenoppretting

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

I våre retningslinjer for leverandører, som er en del av kontrakten leverandørene våre signerer, er det et krav at de skal ha på plass et system for å håndtere klager knyttet til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og korrupsjon. Dette følges opp gjennom dialog med leverandørene.

Fabrikken vår i Bangladesh er medlem i The Accord, og de ansatte har gjennom denne avtalen blant annet mekanismer for å anonymt melde ifra om sikkerhetsbrister. Det gjennomføres også BSCI audits på fabrikken som et ledd av vår overvåkning. Den forrige ble gjennomført i 2020, og neste er satt opp for mars 2022.

Kontaktinformasjon:

Norwegian Concept AS
Helene Drange, bærekraftansvarlig
helene@norwegianconcept.no