



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2022

for Høyer Gruppen AS



CONSCIOUS LIVING

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





Til lesere av rapporten

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

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

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

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

Heidi Furustøl

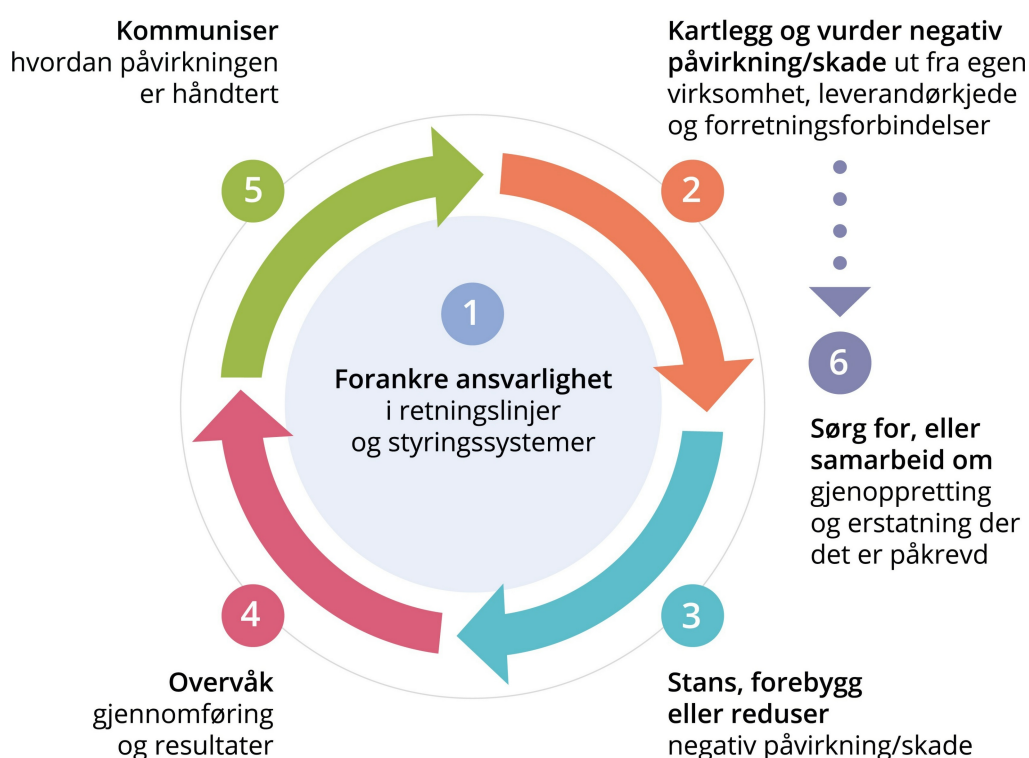
Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

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

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



Forord av daglig leder

Siden oppstart i 2004 har Høyer jobbet med kvalitet. Det gjenspeiles i varene vi selger, utseendet på butikkene eller handleopplevelsen til kundene – kvalitet har alltid vært prioritert. Men det er også en kvalitet i å være sitt ansvar bevisst.

Gjennom våre forretningsforbindelser og bevisste kunder, har Høyer en mulighet til å gjøre meningsfulle endringer, i en bransje som historisk og fortsatt har utfordringer knyttet til sosial og miljømessig påvirkning. I Høyer ønsker vi å tilby varer som er tilvirket på en måte som respekterer mennesker, samfunn og miljø.

Fordelen vår er at vi allerede fører anerkjente og veletablerte merkevarer med fokus på ansvarlighet fra hele verden. Mange av disse er markedsledende i sitt arbeid med bærekraft, ansvarlighet og transparent informasjon. Målet er at alle Høyer-butikker, og alle varene vi fører, skal gi trygghet for kundene om at de kjøper produkter som ikke unødig skader mennesker, samfunn eller miljøet når de handler hos oss.

Med vårt medlemskap i Etisk Handel Norge har vi allerede fått god hjelp til å kartlegge vår påvirkning. Vi jobber kontinuerlig for å sikre at vi reduserer vårt miljøavtrykk og eventuell negativ påvirkning på mennesker som er involvert i produksjon, transport og andre deler av den komplekse verdikjeden vi er en del av.

Vi ønsker å være åpne om arbeidet vi gjør, fremgangen vi har, i tillegg til alle utfordringene vi kan stå overfor i arbeidet som ligger foran oss. Det å gjøre denne jobben er ikke alltid enkelt, men det er heller ikke et valg; det er en nødvendighet for alle, på vegne av nåværende og fremtidige generasjoner.

Ørnulf Høyer
CEO Høyer Gruppen AS

Styrets signatur

HØYER GRUPPEN AS

Styreprotokoll

OSLO

14.02.2023

Deltakere:

- Ørnulf Høyer (styrets formann)
- Pål Henrik Kristiansen
- Mathilde Høyer
- Thea Høyer

Behandlingsmåte:

Behandlet digitalt over Microsoft Teams

Saker:

Styret har behandlet om det skal gis godkjenning av dokumentet «*Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Redegjørelse rapporteringsåret 2022*» for Høyer Gruppen AS. Dokumentet er en rapport på virksomhetens arbeid med bærekraftig forretningspraksis og aktsomhetsvurderinger i tråd med UNGP og OECDs retningslinjer i 2022, som årlig skal innrapporteres til Etisk Handel Norge, og som dekker Åpenhetslovens¹ redegjøringsplikt.

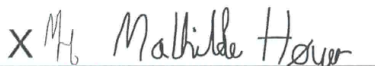
Ved godkjenning fra styret vil rapporten innleveres til Etisk Handel Norge innen rapporteringsfristen 18.00 den 17.02.2023.

Rapporten vil gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk Handel Norges hjemmesider, og på virksomhetens nettside.

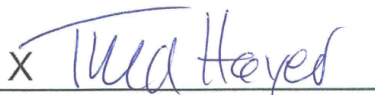
Styrets vedtak:

Styret har vedtatt å godkjenne rapporten for innlevering til Etisk Handel Norge og til å gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk Handel Norges nettside og på Høyers nettside.

X 
Ørnulf Høyer
Styrets formann

X 
Mathilde Høyer
Styremedlem

X 
Pål Henrik Kristiansen
Styremedlem

X 
Thea Høyer
Styremedlem

¹ Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, LOV-2021-06-18-99

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Høyer Gruppen AS

Adresse hovedkontor

Nydalsveien 15, 0484 Oslo

Viktigste merker, produkter og tjenester

Butikkdrift, agenturvirksomhet, tekstil, klær og luksusvarer. Merkevarerne Maud, Creative Collective, Luca Moretti, House of Høyer.

Beskrivelse av bedriftens struktur

Høyer konsernet er delt inn i flere underselskaper. Vi driver virksomheten fra hovedkontoret vårt i Nydalen, som også er der vi har showroom for våre agenturer og egne merkevarer.

Høyer AS utgjør konsernadministrasjonen.

Høyer driver egneide butikker på Paleet og Sjølyst i Oslo gjennom underselskapet Retail & Branding, som også er franchisegiver for Høyers franchisebutikker.

Nettbutikken Høyer.no med tilhørende nettbutikklager i Nydalen drives gjennom selskapet Høyer Online.

Høyer utvikler og selger også et utvalg av egneide merkevarer: Maud, Creative Collective, Luca Moretti og House of Høyer. Disse designes og følges opp av Telling Stories AS.

Agenturene med selgere for By Malene Birger, NN07, Hofman Copenhagen og We Are Kindred drives gjennom datterselskapet Huset Høyer.

I tillegg drives Lager & Salg, en egneid outletbutikk i Nydalen som benyttes til lagersalg i spesifiserte perioder i året.

Administrasjon av alle underselskapene sitter på hovedkontoret, med en flat struktur der kommunikasjonslinjene er korte.

Arbeidet med aktsomhetsvurderinger ledes fra Telling Stories som sitter på mest kompetanse på leverandørkontakt og forhold i verdikjedene for tekstilproduksjon. Gjennom hyppige møter mellom ledere av de ulike underselskapene kommuniseres arbeidet med aktsomhetsvurderinger til de ulike selskapene og oppgaver fordeles deretter.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

220 000 000

Antall ansatte

91

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Ingen tidligere rapporteringer.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Eivind B. Hackett

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

eivind.hackett@hoyer.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Bedriften har en virksomhet som krever ulike former for leverandørkontakt.

Gjennom sine egne butikker og sine egne innkjøpere handler Høyer Gruppen varer fra merkevarer og agenter for salg i butikk. Dette inkluderer også innkjøp av varer fra Høyer sitt datterselskap Telling Stories AS.

Høyer har også franchisevirksomhet, der hver franchiseholder gjør sitt eget innkjøp, men er forpliktet å gjøre en satt prosentandel av innkjøpet sitt fra en pool av leverandører bestemt av Høyer Gruppen AS.

Gjennom Telling Stories AS har Høyer også egne merkevarer som selges til Høyers egne butikker, franchisebutikker og andre eksterne kunder. Her har Høyer direkte kontakt med og påvirkningskraft på egen leverandørkjede. Telling Stories eier ikke noen egne produksjonsmidler, men designer egne kolleksjoner, utviklet og produsert via agenter og direkte fra produsenter.

Det er viktig å presisere her at gjennom denne rapporten vil begrepet leverandør benyttes i to ulike kontekster. "Leverandører", "merkevareleverandører" eller "leverandører til Høyer" omhandler merkevarer som selges til Høyer av agenter og leverandører utenfor Høyer.

"Egne merkevarer", "Telling Stories" eller "leverandører til Telling Stories" omhandler produsenter og agenter som fasiliteterer produksjon av Telling Stories sine merkevarer Maud, Creative Collective, Luca Moretti og House of Høyer.

Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

413

Kommentar til antall leverandører

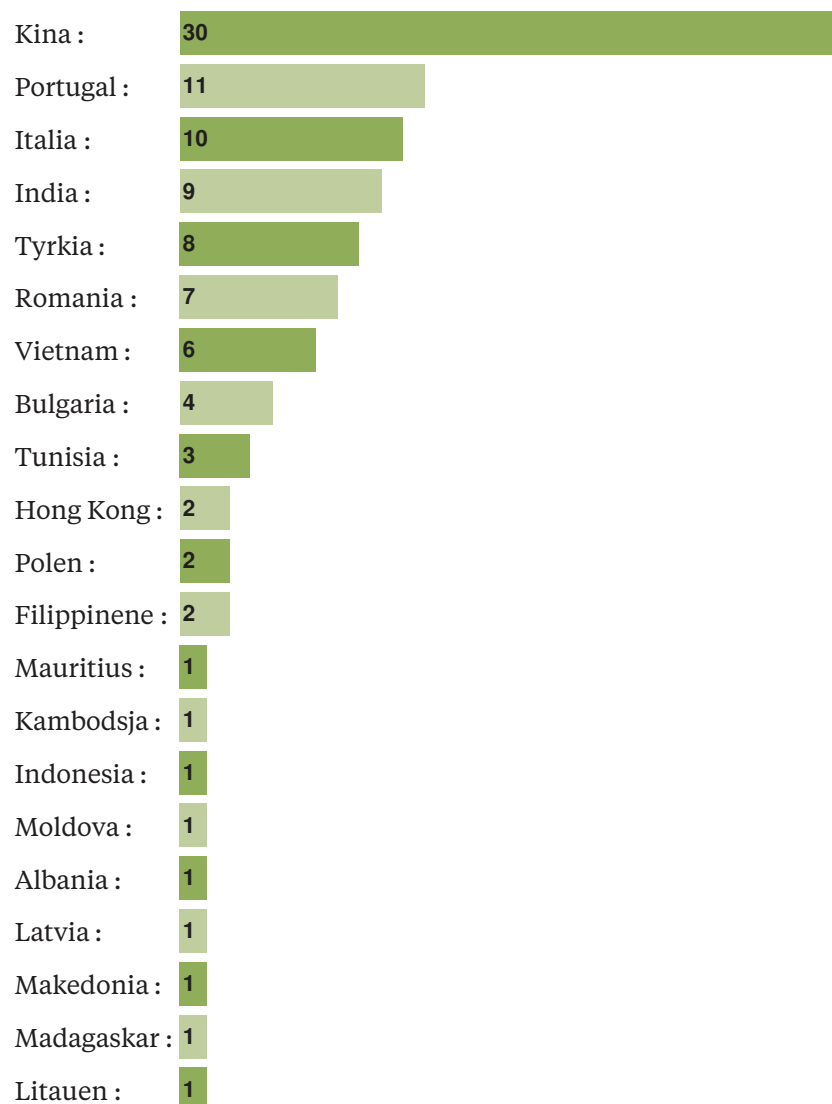
25% av de overnevnte leverandører er av tjenester i forbindelse med drift av hovedkontor, butikker osv, eller til datterselskaper av Høyer Gruppen AS. Dette innebærer tjenester som telefoni, IT, strøm, catering, renhold, utleie, lager, regnskap osv. Det er ikke prioritert å vurdere disse i første omgang, da vi anser det for å være høyere risiko for brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i verdikjedene for produktene vi selger.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Denne vurderingen av leverandører er basert på alle leverandører av engros varer til butikker i Høyer, da dette utgjør den absolutt største delen av vår virksomhet, og der vi har størst påvirkningskraft. Det omfatter i denne omgang ikke tjenester til hovedkontor og butikker, da kapasiteten til å vurdere alle ledd innen IT, renhold, kontormateriell, strøm, telefoni osv ikke finnes i firmaet per nå, og vi anslår riskio til å være høyere blant varene vi kjøper og selger, da mange av disse produseres i land med høyere iboende risiko, og varene har større omfang. Høyer Gruppen AS eier datterselskapet Telling Stories AS som er ansvarlig for design, produksjon og salg av Høyers egne merkevarer. Telling Stories AS eier ikke produksjonsmidlene selv, men benytter seg av direkte leverandørkontakt og agenter for å for produsert sine varer. Telling Stories er derfor oppført her som innkjøp via agent/mellomledd/importør, og ikke som egeneid produksjon, da Høyer butikker kjøper varer fra Telling Stories på lik linje som fra andre merkevarer og agenter.

Liste over førsteleddsprodusenter per land



Dette er basert på de leverandører som vi i rapporteringsåret har hatt eller fått informasjon om opprinnelsesland på produktene for, og med fokus på de av leverandørene som utgjør mer enn 1% av innkjøpsvolumet. Med over 300 leverandører av varer, så godt som utelukkende agenter og mellommenn, og tidvis store variasjoner på hvor en leverandør produserer de ulike varene er vi nødt til å begrense vurderingene våre til de mest fremtredende leverandørene og de landene de produserer størsteparten av volumet sitt. Det vil også være et større fokus på de leverandører som er tilknyttet Telling Stories AS og Høyers egen merkevarer, da disse både utgjør en betydelig del av innkjøpet i løpet av et år, og er et område der vi har større påvirkningskraft og mer tilgjengelig informasjon.

Der vi ikke har tilgang på førsteleddsprodusent (fabrikk) fra en eksternt kjøpt merkevare, enten pga. tid, kapasitet eller konkurransehensyn, har vi regnet merkevaren som førsteleddsprodusent for å kunne danne en overordnet oversikt over landfordeling med begrenset informasjon.

Av de overnevnte 103 leverandørene utgjør 25 stk Telling Stories, altså Høyers egen merkevarer, sine kartlagte første, andre og tredjeleddsprodusenter.

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

13

Antall arbeidere per produsent (kalkulert snitt)

95

Kommentar til antall arbeidere

Direkte fabrikk/produsentinfo på ansattnivå er for øyeblikket bare tilgjengelig til oss på produsenter vi jobber direkte med gjennom Telling Stories. Dette antallet er basert på de produsentene som står for førsteledd i produksjon av Høyers egne merkevarer. Det er også her vi har høyest påvirkningskraft på interne forhold hos produsent, og best mulighet til å kontrollere risiko og stanse eller forebygge negativ påvirkning.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Polyester	Kina
Bomull	Kina
Viskose/regenererte cellulosefiber	Kina
Bomull	India
Ull	Kina
Produksjon/sammensetning/manufaktur av plagg	Kina
Produksjon/sammensetning/manufaktur av plagg	Portugal
Bomull	USA
Polyester	Globalt

Kina utgjør det markedet der flest leverandører ferdigstiller varene sine, også Telling Stories sine egne merkevarer. De leverandører som benytter seg av Kinesiske produsenter har generelt majoriteten av sin produksjon der.

For Telling Stories er 16 av 25 kartlagte leverandører i Kina, og benytter seg tilnærmet utelukkende av kinesiske råvarer, og andre- og tredjeleddslleverandører.

Produksjon og ferdigstilling i Portugal og Italia utgjør også en betydelig andel av leverandører, men hos mange er ikke dette det primære produksjonslandet. Mye av bomullen som benyttes i Portugal og Italia kommer fra USA, men veves i Portugal og Italia.

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

- Mål :** Etablere og formalisere en policy for bærekraftig forretningsdrift, anti-korrupsjon, kjemikaliebruk i produksjon, samt retningslinjer for leverandører.
- Status :** All dokumenter er opprettet, vedtatt i styret og publisert på vår hjemmeside. De er også inkludert i vårt e-læringsverktøy for enklere formidling til alle ansatte. Utrulling av denne informasjonen er begynt. Leverandører som representerer ca 55% av innkjøpsvolumet i Høyer er tilsendt dokumenter.

2

- Mål :** Kartlegge leverandører og produsenter til Telling Stories (egne merkevarer).
- Status :** Vi har kartlagt 13 av våre førsteleddsprodusenter, og 7 av våre andre- og tredjeleddsprodusenter. Dette utgjør henholdsvis 59% og 47,3% av kjente leverandører.

3

- Mål :** Gjennomføre aktsomhetsvurderinger på produsenter involvert i våre egne merkevarer
- Status :** Påbegynt i rapporteringsåret, men vi ser at det tar noe mer tid å gjøre en mer fokusert analyse. Derfor ble bare den overordnede risikovurderingen ferdig i rapporteringsåret, og arbeidet med de mer spesifikke leverandørene og risikoområdene fortsetter gjennom 2023.

4

- Mål :** Starte overordnet risikokartlegging av merkevarer som utgjør mer enn 1% av innkjøpet i 2022, basert på innkjøpssum.
- Status :** Påbegynt i rapporteringsåret, men ikke fullført da vi ikke har klart å oppdrive all nødvendig informasjon.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Vi setter som mål å få sendt ut våre retningslinjer, code of conduct og kjemikalierestriksjoner til alle leverandører i Høyer sin leverandørpool, dvs alle leverandører som Høyer legger føringer for egneide og franchisebutikkene til å kjøpe varene sine fra.

2

Kalkulere Telling Stories scope 1 og 2 klimagassutslipp. Begynne scope 3 kartlegging for egen merkevarer.

3

Øke andelen av ansvarlige materialer i egenutviklede salgskolleksjoner med 25%

4

Kommunisere ut våre retningslinjer og policies til alle franchisebutikker så de kan benytte seg av disse overfor sine leverandører utenfor Høyer-systemet.

5

Begynne kalkulering av klimagassutslipp Scope 1 og 2 for Høyer.

6

Få på plass skredder- og reparasjonstjenester i flertallet av våre butikker, enten ved tilknytning eksterne tjenester, eller ved egen in-house ordning.

7

Fortsette aktsomhetsvurderinger av alle prioriterte leverandører til Høyer og for Høyers egne merkevarer gjennom Telling Stories AS, og følge opp de tiltak som er iverksatt eller skal iverksettes i kommende rapporteringsår.

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://hoyer.no/static/pdf/Hoyer-Gruppen-AS-Policy_for_baerekraftig_foretningsvirksomhet.pdf

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

Høyer Gruppen AS anser bærekraftig forretningspraksis som en forutsetning for bærekraftig utvikling, som innebærer at dagens generasjoner får dekket sine behov uten å ødelegge framtidige generasjoners mulighet til å få dekket sine. FNs bærekraftsmål er verdens felles handlingsplan for bærekraftig utvikling. Høyer Gruppen AS jobber aktivt med bærekraftmålene.

Høyer Gruppen AS forplikter seg til å jobbe aktivt med aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Aktsomhetsvurderinger er en risikobasert tilnærming til å respektere og ivareta mennesker, samfunn og miljø i vår egen virksomhet og i hele leverandørkjeden. Vi forventer at våre leverandører og samarbeidspartnere følger samme tilnærming.

Høyer 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

Høyer Gruppen AS anser ansvarlig innkjøpspraksis som et av våre viktigste virkemidler i arbeidet for bærekraftig forretningspraksis. Høyer Gruppen AS skal tilpasse vår egen innkjøpspraksis slik at vi styrker, og ikke undergraver, leverandørers mulighet til å levere på kravene vi stiller for å sikre gode forhold for mennesker, samfunn og miljø. Vi skal tilstrebe langvarige leverandørforhold med leverandører som viser særlig vilje- og evne til å jobbe med positiv utvikling i leverandørkjeden.

Høyer Gruppen AS støtter opp om retten til fri fagorganisering og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Vi skal involvere arbeiderrepresentanter og andre relevante interessenter i vårt arbeid med bærekraftig forretningspraksis.

I dialog med leverandører vil vi ved behov vurdere å bidra med relevant kompetanseheving eller ressurser som setter våre leverandører i stand til å etterleve Høyer Gruppen AS krav til forhold i leverandørkjeden. På denne måten legger vi grunnlaget for godt samarbeid med leverandører som viser særlig vilje og evne til å jobbe med positiv utvikling for mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden.

Høyer Gruppen AS, inkludert alle ansatte, skal aldri tilby eller motta ulovlige eller urettmessige pengegaver eller andre godtgjørelser for å oppnå forretningsmessige eller private fordeler for egen del eller fordeler for kunder, agenter eller leverandører.

Derfor har vi utviklet vår anti-koorupsjonspolicy som skal kommuniseres til alle ansatte og til våre forretningsforbindelser.

Høyer Gruppen AS, inkludert våre leverandører og samarbeidspartnere, skal unngå handelspartnere som har aktiviteter i land som er pålagt handelsboikott av FN og/eller norske myndigheter.

Vi forventer at våre leverandører og samarbeidspartnere arbeider målrettet og systematisk for etterlevelse av våre retningslinjer for leverandører, derunder prinsipper for bærekraftig forretningspraksis, som dekker grunnleggende krav til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, antikorrupsjon, dyrevelferd og miljø. Alle våre leverandører skal tilsendes våre retningslinjer og Code of Conduct som forplikter dem til å etterleve våre prinsipper for bærekraftig forretningspraksis, slik de er nedfelt i vår policy. Vårt mål er at alle våre leverandører og samarbeidspartnere enten følger våre prinsipper eller har etablert sine egne på lik linje som våre.

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

Policy for egen virksomhet er basert på Etisk Handel Norge sin mal for policy, og er i henhold til EHN sin prinsipperklæring. Den er gjennomgått og vedtatt av ledelse og styre i Høyer Gruppen AS.

Policy formidles som en del av en informasjonspakke til alle leverandører til Høyer og til Høyers egenproduksjon, så vel som innad i egen organisasjon.

Policyen presenteres til egne ansatte gjennom Høyer Academy (e-læringssystem), og som en del av onboarding av nye ansatte.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Arbeidet med aktsomhetsvurderinger er fordelt mellom aktsomhetsvurderinger i forbindelse med innkjøp av varer, og i forbindelse med produksjon av egne merkevarer. Innkjøpere for egneide butikker er ansvarlig for å foreta aktsomhetsvurderinger på leverandører som leverer varer til Høyers egne butikker og de merkevarer som er i Høyers leverandørpool (som er den leverandørgruppen franchisebutikkene kan kjøpe fra som er under Høyers kontroll). Leder for Telling Stories AS (datterselskap ansvarlig for egne merkevarer) er ansvarlig for aktsomhetsvurderinger i den verdikjeden.

Leder for Telling Stories er også hovedansvarlig for organisering av arbeidet med aktsomhetsvurderinger i Høyer Gruppen AS, og skal rapportere status, inkludert potensiell og faktisk negativ påvirkning, til ledergruppen årlig. Rutiner for vurdering av eksisterende og faste leverandører og kriterier for nye leverandører er nedfelt i et rutinedokument og en oversikt over hvilke dokumenter som skal sendes ut til alle leverandører.

Et arkiv for leverandører med all informasjon om deres status ifm aktsomhetsvurderinger (innhentet informasjon, hvilke dokumenter som er signert, historie over hendelser, innkjøpsvolum, og leverandørkjede m.m.) er opprettet i grunnleggende listeform, men med et mål om et ERP-system etterhvert, der all informasjon kan kategoriseres og blir lett søkbart.

I rapporteringsåret har det dessverre ikke vært ressurser til å gjennomføre opplæring ut over CSR-ansvarlig, pga andre interne utfordringer som har krevd prioritet. Derfor er aktsomhetsvurderinger gjennomført av CSR-ansvarlig på både eksterne merkevarer og egne merkevarer, med assistanse fra innkjøps og masterdataavdeling for informasjonsinnhenting.

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

Policy er kommunisert til ansatte, egne butikker og til franchise, og det blir gjennomført oppdateringer på arbeidet på jevnlig franchise-møter slik at også butikkledere i mer perifere deler av organisasjonen er inkludert. Policy er kommunisert til prioriterte leverandører på relevant språk (Norsk eller Engelsk).

Ansatte med ansvar for aktsomhetsvurderinger har dette i sin stillingsbeskrivelse, og rapporteringslinjene er nedfelt i et organisasjonskart.

Ansvarlige for aktsomhetsvurderinger er med i ledergruppen i Høyer, og har dermed jevnlig møter der resultater, progresjon og utfordringer kan kommuniseres til resten av konsernledelsen.

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

Bærekraft og ansvarlighet er fortsatt begreper som endrer betydning kontinuerlig, og opplæringen kan aldri bli helt ferdig for de som sitter med ansvar for dette i Høyer.

Innkjøpere og CSR-ansvarlig sitter allerede på omfattende erfaring og kompetanse fra tekstil og handel, og kompetansehevingen omfatter i stor grad å finne måter å bruke denne kunnskapen i arbeidet med aktsomhetsvurderinger.

I første omgang må CSR-ansvarlig bidra til opplæring og informasjon innad i konsernet. Det vil være informasjon om aktsomhetsvurderinger, hvorfor de gjøres og prinsippene som legger grunnlaget for å gjøre aktsomhetsvurderinger, gjennom e-læringsystemet Motimate, som skal brukes av alle ansatte. Gjennom dette verktøyet kan vi måle hvem som har lest informasjonen, og gjennom quiz og poengsetting kan vi bedømme om ansatte har tilegnet seg kunnskap.

Det er satt av tid til kursing i Q1 og Q2 2023 gjennom seminarer/kurs fra Etisk Handel for å gi relevante ansatte nødvendig kompetanse i aktsomhetsvurderinger. I rapporteringsåret har det dessverre ikke vært ressurser til å gjennomføre mer enn helt grunnleggende opplæring til ansatte ut over CSR-ansvarlig, pga andre interne utfordringer som har krevd prioritet.

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?

Høyer skal gå foran som et eksempel til våre egne og våre franchisebutikker.

Vår strategi og vårt arbeid med ansvarlig forretningspraksis skal styrke alle deler av virksomheten til å etterleve våre verdier og respektere grunnleggende menneskerettigheter og arbeiderrettigheter.

Sentralt i strategien ligger derfor informasjon og opplysning, og det å bygge en kultur i hele virksomheten gjennom opplæring og inkludering. Vi har valgt å inkludere også deler av forretningsvirksomheten, som franchisebutikker, som strengt tatt ikke er underlagt noen rapporteringsplikt, men som vi anser som en essensiell del av Høyer Gruppen og som kan bidra positivt til å bedre forhold i våre og deres egne leverandørkjeder. Derfor skal disse også motta opplæring i vårt arbeid med ansvarlig forretningspraksis, og vi håper de kan bringe denne kunnskapen til sine leverandører, ansatte og kunder.

Høyer skal gjennomføre aktsomhetsvurderinger av både eksterne merkevarer som føres i våre butikker, våre egne merkevarer, og de varemerkene som vi krever at våre franchisetakere kjøper fra. Disse gjennomføres av innkjøpsteamet og av leder for egne merkevarer/CSR-ansvarlig.

Det skal gjøres en overordnet vurdering av eksterne merkevarer som utgjør over 1% av årlig innkjøpsvolum, basert på landrisiko og kjente risikoområder.

Det skal gjennomføres en overordnet og mer fokusert vurdering av egne merkevarer, for enkeltprodukter som utgjør mer enn 2% av innkjøpssum per sesong.

Det er et mer langsiktig strategisk mål at alle leverandører skal ha blitt overordnet vurdert for risiko, men med overnevnte plan dekker vi ca 55% av innkjøpsvolumet på eksterne merkevarer og ca 50% av innkjøpsvolumet på egen merkevarer.

Alle nye leverandører som legges til i leverandørporteføljen fra og med 2023 skal vurderes basert på våre rutiner for nye leverandører, og skal ha en overordnet risikovurdering foretatt.

Høyer skal vurdere sin innkjøpspraksis fortløpende, basert på aktsomhetsvurderinger gjennomført og oppfølging av tiltak som gjøres og deres effekt. Høyer skal revidere sin innkjøpspraksis der det gir effekt for å redusere, forhindre eller stoppe negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Dette kan medføre endring av leverandøravtaler, og kan i ytterste konsekvens også resultere i at man må kutte enkelte leverandører dersom de gjentatte ganger ikke vil samarbeide om å etterleve våre prinsipper og krav. Som en virksomhet som bygger tungt på å føre ledende merkevarer ønsker vi at dette er en absolutt siste utvei, og vi vil jobbe aktivt med leverandører for å bygge et samarbeid som lar dem etterleve våre førende prinsipper.

Høyer skal også øke sin andel av ansvarlige materialer i egne merkevarer med 25% per år. Med ansvarlige materialer menes mer ansvarlige alternativer til konvensjonelle materialer - for eksempel Ecovero viscose over vanlig viskose, økologisk bomull over konvensjonell bomull, eller resirkulert polyester over konvensjonell "virgin" polyester. Da Telling Stories er en engros leverandør vil denne økningen gjøres på salgskolleksjonene, da det ikke alltid er mulig å forutse eksakt hvilke varer som kundene kjøper og som går til produksjon. Ettersom andelen mer ansvarlige materialer øker i salgskolleksjonene vil også andelen ansvarlige materialer i produksjon øke.

Sist men ikke minst skal Høyer kommunisere arbeidet som gjøres for å bli en mer ansvarlig virksomhet. For å måle om denne kommunikasjonen treffer har Høyer satt som mål å bedre sin plassering i Sustainable Brand Index. I rapporteringsåret har høyer klatret til en 217-plass i Norge, men med et mål om å være i topp 100 i 2024-rapporteringen.

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

CSR-ansvarlig forfatter en årlig rapport på status til styret, som inkluderer vesentlige risikoområder, oppdaget negativ påvirkning og handlingsplan for håndtering av disse.

CSR-ansvarlig deltar i månedlige ledermøter og kvartalsvise konsernledermøter og har her rom for å bringe opp temaer som gjelder framgang i bærekraftarbeidet.

Virksomheten vektlegger i første rapporteringsår å følge opp de sosiale kriteriene i vår policy, men det er ytret et ønske om å vektlegge klima, miljø og bærekraft i kommende år, da dette vil være en viktig del av den nye slogan som firmaet forplikter seg til å etterleve.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

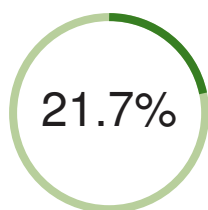
1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i møte med forretningsforbindelser, spesielt i leverandørkjeden?

Alle eksisterende og nye leverandører skal opplyses om våre forpliktelser i forbindelse med åpenhetsloven, vår policy for bærekraftig forretningspraksis og våre retningslinjer for leverandører. I tillegg skal vår kjemikaliekontrakt formidles til alle leverandører av varer, og en liste over regulerte kjemikalier. Målsetningen er å ha alle våre leverandører ombord på våre retningslinjer, eller ha egen retningslinjer, herunder Code of Conduct som er forenlig med vår Code of Conduct.

I første omgang vil det ikke være prioritert å følge nøye opp leverandører som allerede har vært medlemmer av Etisk Handel lenger enn 2 år, da deres Code of Conduct og deres arbeid med ansvarlighet og bærekraft vil være forenlig med våre verdier, og de skal ha oppnådd EHNs basisnivå for aktsomhetsvurderinger innen denne tidsrammen.

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



2022

Dette er basert på prioriterte leverandører som er de som har fått tilsendt oppdaterte retningslinjer.

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?

2022 har vært et år preget av læring og kartlegging. Å starte arbeidet med å formalisere en bærekraftig forretningspraksis i en tid med fortsatt mye ettervirkninger fra Covid-19 har vært utfordrende, da mye ressurser har måttet prioriteres andre steder. Spesielt forhold i Kina er fortsatt under sterk påvirkning av Covid-19, som har ledet til forsinkelser i informasjonsinnhenting, og en antatt økning i enkelte risikofaktorer som for eksempel overtidsarbeid for å ta igjen tapt tid. Vi anslår at noen av disse risikoområdene vil bedre seg med tid ettersom situasjonen i Kina normaliserer seg, men det blir viktig for oss å følge opp dette nøye i det kommende året for å sikre at det skjer en faktisk forbedring.

Det er åpenbare utfordringer med å kartlegge og gjennomføre aktsomhetsvurderinger over alle leverandører med nåværende ressurser og den eksisterende leverandørbasen, som har ledet oss til å måtte ta noen harde prioriteringer. Det er mye som må bygges stein på stein, og mye av arbeidet som ble lagt til grunn i løpet av rapporteringsåret, spesielt i form av rutiner og systemer, vil være uvurdelige for å kunne forbedre arbeidet i 2023. En særlig utfordring i risikokartleggingen vår har vært manglende opprinnelsesmerking av produkter. Det eksisterer ikke lenger noe lovverk i Norge om opprinnelsesmerking av tekstilvarer, og en betydelig del av prioriterte leverandører inkluderer ikke opprinnelsesland i sine masterdata. Dette medfører mye ekstra arbeid å hente inn, og vi bør vurdere å revidere våre masterdatakrav til å enklere ha tilgang på så mye relevant informasjon om varene som mulig.

Det er også en iboende treghet i å jobbe med mellommenn og ikke direkte med leverandørene, som har resultert i at mye informasjon har tatt lang tid å få tak i, og hos enkelte leverandører har vi ikke rukket å oppdrive denne informasjonen i rapporteringsåret. Vi anslår at dette vil bedre seg da vi sakte men sikkert får etablert mer direkte kommunikasjonslinjer med leverandørene selv, eller med CSR-staff.

Det er også mye av informasjonen som er oppdrevet i forbindelse med vurdering av merkevareleverandører som har gitt innsikt i områder vi som bedrift må jobbe videre med i 2023, som kanskje ikke var med i den opprinnelige strategien vår. Dette medfører også læring og best-practice rundt aktsomhetsvurderinger fra andre leverandører som vi kan implementere i vårt eget arbeid, spesielt på våre egen merkevarer. Vi ser behov for å gjøre noen strategiendringer eller tillegg basert på dette i løpet av året.

Det er også en trygghet i å se at flere og flere av våre leverandører vektlegger bærekraft og ansvarlighet, og er mer åpne om forhold i sine verdikjeder. Det letter arbeidet med å innhente troverdig informasjon fra interessenter.

Formaliseringen av arbeidet vårt med bærekraft i 2022 kom sent i gang da vårt medlemskap i Etisk Handel først trådte i kraft halvveis ut i året. Vi har hatt mange ideer, mål og prosjekter på gang før medlemskapet, men ikke satt det hele i system. Gjennom vårt medlemskap i EHN og gjennom å jobbe med målene for basisnivå i aktsomhetsvurderinger har vi nå satt mye av dette i system. Arbeidet har i hovedsak resultert i opprettelse og forankring av policy og rutiner som tidligere ikke har vært formalisert, og den overordnede risikokartleggingen av leverandører, også til egne merkevarer.

Vi ser at det er en løpende prosess å gjennomføre aktsomhetsvurderinger og det er stor variasjon i hvor fort man ser resultater hos, eller får informasjon fra de ulike leverandørene. Vi har lagt grunnlaget for å identifisere risiko, med rutiner og verktøy på plass, og kan nå benytte tiden framover for å gå dypere ned i de prioriterte leverandørene og de mest vesentlige risikoområdene som er oppdaget.



2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

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

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

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

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

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Bruk av for mye overtid i Kina	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Arbeidstid	Kina
Levelønn i Kina	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Lønn	Kina
Risiko for utnyttelse av Uyghur minoriteter i bomullsproduksjon	Tvangsarbeid Brutal behandling Marginaliserte befolkningsgrupper	Kina

Prioritert negativ påvirkning/skade er basert på at Kina er det desidert største produsentlandet for våre prioriterte leverandører. Gjennom aktsomhetsvurderinger gjort så langt er det også her det har kunnet dokumenteres faktisk negativ påvirkning.

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

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

Leverandører (merkevarer) over en viss prosentandel av innkjøpssum (1%) i løpet av et år utgjør 56% av innkjøpsverdien i rapporteringsåret, og er i rapporteringsåret vurdert på basis av siste tilvirkningsland i verdikjeden. Her benyttes Etisk Handel Norge sitt Salient Risk Assessment tool til å avgjøre landrisiko, og velge videre prioritering.

Alle de prioriterte leverandørene er vurdert ut fra deres egne publiserte informasjon for å bedømme om den enkelte leverandøren kan anses som å gjennomføre aktsomhetsvurderinger etter OECDs modell selv, og dermed utelukkes fra vår egen vurdering. De som ikke oppgir tilstrekkelig informasjon er blitt kontaktet for videre oppfølging. Her prioriteres kontakt med CSR-managers for å oppdrive relevant informasjon, men denne kontakten er ofte via mellommenn som agenter eller selgere i første omgang. Disse etterspørres dokumentasjon på egne metoder for aktsomhetsvurderinger, policies, og leverandøroppfølging, og bes oppgi resultater av egen aktsomhetsvurderinger og hvilke risikoområder som er oppdaget og hvilke handlinger som er gjennomført for å håndtere disse.

For egne merkevarer skal dette risikokartleggingen gjennomføres på produktbasis - alle produkter som utgjør mer enn 2% av innkjøpssummen i en sesong skal vurderes på basis av opprinnelsesland, råvare og råvarens opprinnelse.

Telling Stories (egne merkevarer) utgjør ca 5,5% av innkjøpsvolumet av varer på et år, og har gjennomført en egen risikoanalyse for sin leverandørkjede. Telling Stories sin risikovurdering er implementert i den overordnede kartleggingen i Høyer, og vil være der vi har tilgang til mest informasjon og har størst påvirkningskraft. Da Telling Stories har sin hovedvekt av produksjon i Kina, samme som majoriteten av prioriterte leverandører til Høyer, kan Telling Stories aktsomhetsvurderinger benyttes til å identifisere generelle trender, og gi Høyer Gruppen innsikt i måter å håndtere negativ påvirkning og risiko blant sine andre leverandører.

Leverandører som utgjør mindre andeler av årlig innkjøpsvolum, eller produserer i land med lavere risiko er ikke prioritert i 2022, men kan prioriteres i senere rapporteringsår. Da innkjøpsvolum fra leverandører vil endre seg sesong til sesong må det gjøres løpende vurderinger av hvem som er prioriterte leverandører, og dermed vil omfanget av aktsomhetsvurderingene øke. Etterhvert som prioritert risiko blir vurdert og tiltak utført kan det være andre prioriterte risikoområdet som blir mer aktuelle å undersøke. Vi har en aksept for at vi ikke kan håndtere alle potensielle risikoer på en og samme tid, og har derfor valgt områder som identifiseres via generell risiko basert på landbaserte risikoanalyser via det nederlandske verktøyet [morisicochecker.nl](https://morisico.nl) og er områder vi a) har erfaringer med at utgjør vesentlig risiko, b) har mulighet til å påvirke gjennom tiltak, og/eller c) har oppdaget faktisk negativ påvirkning av i våre leverandørkjeder.

Tjenester og tjenesteleverandører til hovedkontor og butikker, inkludert speditørtjenester er utelatt fra risikoanalysen i rapporteringsåret, da varer utgjør en betydelig større andel av omsetningen i virksomheten, og påvirker trolig flere interessenter.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

Vi har identifisert risiko forbundet med bruk av ull og mohair i Kina hos en av våre prioriterte leverandører. De oppdaget dette gjennom sine egen aktsomhetsvurderinger og har gått inn for å bli RWS og RMS sertifiserte for å sikre at dyrevelferd overholdes, at best practise følges, og bedret transparens i verdikjeden sin.

I tillegg har vi begynt kartlegging av Telling Stories innsatsfaktorer som kan forbedres på miljømessig grunnlag. Med en intensjon om økt fokus på miljømessige risikoer i kommende rapporteringsår er det planlagt å redusere det miljømessige avtrykket fra Høyers egne merkevarer. Mange av disse varene er produsert i Kina, der vannmangel er en risikofaktor for omtrent 900 millioner mennesker. I tillegg er det omfattende forbruk av naturressurser og utslipp av klimagasser forbundet med tekstilproduksjon i Kina.

Mange av Høyers leverandører har allerede tatt grep for å begynne å redusere disse risikoområdene gjennom bruk av sertifiserte materialer, resirkulering, BCI-cotton som benytter mindre vann enn konvensjonell bomull. Telling Stories kommer til å jobbe videre med å redusere egen risiko for miljøskade ved å øke andelen mer ansvarlige materialer i sine salgskolleksjoner, og Høyers innkjøpere vil fokusere i større grad på å kjøpe inn varer som er tilvirket på mer ansvarlig vis.



3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

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

3.A Stanse, forebygge eller redusere

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

Prioritert negativ påvirkning/skade	Bruk av for mye overtid i Kina
Overordnet mål :	Å forhindre overdreven bruk av overtidssarbeid i våre leverandørkjeder i Kina
Status :	Vi har gjort en overordnet risikovurdering på alle prioriterte leverandører basert på landrisiko og deres egen evne og vilje til å gjennomføre aktsomhetsvurderinger. Vi har også gått mer fokusert til verk på produsenter for våre egne merkevarer, der vi allerede er i kontakt med produsentene. Vi har oppdaget faktisk negativ påvirkning i form av for høy bruk av overtidstimer hos flere store leverandører til Telling Stories. Det er naturlig å tro at det forekommer bruk av overdreven overtid i andre leverandørers verdikjeder også.
Mål i rapporteringsåret :	I rapporteringsåret har målet vært kartlegging av utbredelse av en kjent risiko, basert på eksisterende kunnskap og erfaring fra produksjon i Kina. Målet er å kartlegge overordnet hvor mange leverandører som har betydelig produksjon i Kina, og hvor mange av disse som kan anses å gjøre aktsomhetsvurderinger selv og dermed ikke må undersøkes nøyere på dette tidspunkt. Deretter skulle vi undersøke nærmere de som ikke har gjennomført aktsomhetsvurderinger, eller som ikke gir tilfredsstillende informasjon. Sist men ikke minst var målet å gjøre en mer detaljert undersøkelse av Telling Stories kinesiske leverandører, der det er mer påvirkning fra vår side, og allerede tettere samarbeid med leverandørene.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Blant leverandører som leverer merkevarer til Høyer har vi gått inn på overordnet nivå, kartlagt hvem som produserer i Kina i et visst volum, undersøkt deres policy angående aktsomhetsvurderinger og hvordan de gjennomfører disse. De leverandørene som allerede har robuste policyer på lik linje med våre, og gjennomfører aktsomhetsvurderinger i sine egne leverandørkjeder er ikke videre prioritert. De som ikke har policyer som samstemmer med våre, eller ikke gjennomfører aktsomhetsvurderinger, eller av annen grunn ikke kan avskrives her, er mål for videre undersøkelse i kommende år.

Flere leverandører har vist seg å være vanskelige å oppnå informasjon fra. Enkelte oppgir ikke opprinnelsesland i sine masterdata, og en overordnet risikovurdering på landbasis har derfor vært vanskelig å gjennomføre. De fleste prioriterte leverandører er kontaktet via agenter og selgere, og det er ikke alle som har kommet tilbake med informasjon. Her kan det bli nødvendig å identifisere andre iteressenter som kan skaffe informasjonen vi behøver.

Vi har prioritert de produsenter som jobber med Telling Stories og våre egne merkevarer for en grundigere gjennomgang, og vi har gått gjennom revisjoner av fabrikkene, og identifisert fabrikker hos tre av våre største produsenter som har registrert overtidstimer utover det som er lovlig i Kina. Her har vi kontaktet representanter for fabrikkene for å identifisere årsakene - som i stor grad ser ut til å være relatert til planlegging av kapasitet og mange kunder som ønsker å produsere i de samme tidsrommene.

Vi har etterspurt Corrective Action Plans fra alle fabrikkene, og bedt dem om å hjelpe oss å identifisere om vår innkjøpspraksis påvirker bruken av overtid, og eventuelt hvilke tiltak som kan være effektive fra våre side. Vi er generelt en liten aktør hos disse fabrikkene, men kan ha en betydelig påvirkningskraft likevel

Hos en av våre fabrikker har vi redusert antallet prøver vi benytter i utviklingsprosessen for å se om det gir dem mer fleksibilitet i planleggingen og bedre tid til å legge opp produksjon fremfor justering av prøver.

Vi har også identifisert en annen norsk bedrift som jobber med samme leverandør og startet samtaler om hvordan vi kan samarbeide for å redusere bruken av overtid hos denne leverandøren.

Vi har også identifisert en best-practise leverandør som på en av sine fabrikker klarer å levere på tiden, uten ulovlig overtid, og samtidig betale levelønn til sine ansatte. Vi forsøker å identifisere hvilke verktøy og metoder de benytter seg av for å overholde både effektivitet, lønnsnivå og arbeidstid. Denne leverandøren har flere fabrikker, og disse har ulik bruk av overtid og lønnsnivå, men samme eiere. Dermed bør det være mulig å identifisere hva som er ulikhetene mellom disse, og hente lærdom og som vi kan introdusere til andre fabrikker for å bedre kapasitetsplanleggingen sin, og senke arbeidstiden.

3 av 5 kartlagte andre- og tredjeleddslleverandører i Telling Stories verdikjede er GRS og/eller GOTS sertifisert. Disse gjennomgår da jevnlig revisjon og forpliktes til å overholde de samme arbeidstidskrav som vi pålegger dem. På grunn av en generelt høy andel forfalskede sertifikater for denne typen sertifiseringer har vi etterspurt lisensnummer for å verifisere sertifiseringene.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Identifisere hvilke verktøy eller metoder vår best-practice leverandør benytter seg av på sine fabrikker, og om disse kan videreføres til andre.

Kartlegge effekten av de tiltakene vi har tatt med reduserte antall prøver.

Se om vi kan flytte ordre- og leveringsdatoer til tidspunkter som gir leverandøren bedre tid til å oppfylle ordren uten ulovlig overtid. Dette vil være avhengig av vårt nivå.

Begynne implementering av 3D CAD design gjennom verktøyet Clo3D i design- og sampleprosessene for å se om dette kan bedre planleggingsmulighetene til leverandørene gjennom mer presis spesifisering, færre fysiske prøver som må lages, og raskere og tydeligere kommunikasjon om samplejustering.

Identifisere andre interessenter som benytter de samme fabrikkene som Telling Stories, for å samarbeide om å finne en løsning.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Levelønn i Kina
Overordnet mål :	Alle av våre leverandører av egne merkevarer i Kina skal betale levelønn til sine ansatte, og alle prioriterte leverandører til Høyer butikker, som produserer i Kina skal arbeide for at det betales levelønn til arbeidere i deres verdikjeder.
Status :	Alle av Telling Stories' undersøkte leverandører i Kina så langt betaler som minimum den lovpålagte minstelønningen, men flere av dem betaler ikke levelønn. Kartleggingen er ikke ferdig av alle leverandører, så det gjenstår arbeid på leverandører til Høyers egne merkevarer. Vi mangler også åpne kommunikasjonslinjer med flere prioriterte merkevareleverandører til Høyer.
Mål i rapporteringsåret :	Begynne å kartlegge hvilke av våre leverandører som betaler levelønn eller ikke gjør det, hvem som har etablert metoder for å kalkulere levelønn, og hvem som jobber aktivt med å oppnå levelønnsnivå blant sine arbeidere. Alle leverandører må betale minstelønn som et absolutt minstekrav.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Kartleggingen av Telling Stories leverandører tar utgangspunkt i lønnsinformasjonen som dokumenteres gjennom revisjoner gjort gjennom Amfori BSCI. Det skal nevnes at det er tatt utgangspunkt i eksisterende revisjoner, hvorav noen er utløpt i løpet av rapporteringsåret, så det er etterspurt nyere revisjoner får å etablere mer presise tall.

Det er undersøkt revisjoner fra 7 av 13 kartlagte førsteleddslleverandører i Kina. Av disse 7 betaler alle minstelønn, men bare 3 betaler over kalkulert levelønn.

Gjennom revisjonene kommer det fram at de som ikke betaler levelønn ikke viser forståelse for hva levelønn vil si, eller har systemer på plass for å kalkulere denne.

Vi har identifisert en av våre leverandører i Kina som har en best-practise fabrikk som både leverer presist, betaler vel over lønnsnivå og uten ulovlig overtidsbruk. Vi har startet kommunikasjon med dem om dette og forsøker å identifisere hvilke verktøy og metoder de benytter seg av for å overholde både effektivitet, lønnsnivå og arbeidstid. Denne leverandøren har flere fabrikker, og disse har ulik bruk av overtid og lønnsnivå, men samme eiere. Dermed bør det være mulig å identifisere hva som er ulikhetene mellom disse, og hente lærdom og som vi kan introdusere til andre fabrikker for å bedre lønnsnivået der.

1 av 13 Tier 1, og 1 av 5 Tier 2 og 3 kinesiske leverandører for Telling Stories har GOTS-sertifiseringer som forplikter dem til å kalkulere levelønn (per GOTS 6.0 - 19.03.2020) og oppfordrer til arbeid for å sikre en levelønn for arbeiderne. På grunn av en generelt høy andel forfalskede sertifikater for denne typen sertifiseringer har vi etterspurt lisensnummer for å verifisere sertifiseringene.

Prioriterte eksterne merkevarer/leverandører til Høyer, utenom egneide merkevarer, er vurdert på basis av om de gjennomfører egne aktsomhetsvurderinger, har en policy på plass som omhandler levelønn og forplikter dem til å jobbe mot levelønn i sin leverandørkjede. Kartleggingen av dette kom sent i gang i rapporteringsåret, og er ikke fullført enda.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Innhente revisjoner av lønnsnivå på alle prioriterte leverandører til Telling Stories for å kartlegge om det er flere av dem som allerede betaler levelønn, eller om det er skjedd forbedringer siden forrige revisjon.

Etablere en strategi for å påvirke lønnsnivå og sikre levelønn hos Telling Stories leverandører i Kina, og øke andelen av Telling Stories førsteleddsleverandører som betaler levelønn i kommende rapporteringsår.

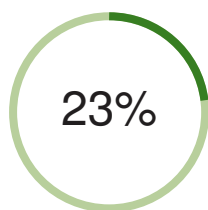
Høyer kommer til å søke å bli med i Etisk Handel Norge sin prosjektgruppe for levelønn i kommende år som et ledd i denne prosessen.

Telling Stories kommer til å budsjettere for ekstra kostnad forbundet med lønnsøkninger for kommende sesonger.

Minimum 70% av prioriterte leverandører til Høyer skal ha en policy på plass for, eller ha signert Høyers retningslinjer for å arbeide mot levelønn i sine verdikjeder. Det vil være fokus fra Høyer sin side å følge opp leverandørene og kartlegge om det er noen som ikke kan/ikke ønsker signere våre retningslinjer og i så fall hva årsaken er. Deretter må det vurderes om det er alternative måter å forplikte leverandører til å likevel jobbe for levelønn i sine verdikjeder, eller vurdere om det er nødvendig med justering av våre krav for å kunne hjelpe leverandører å bedre etterleve prinsippene nedfelt i våre etiske retningslinjer.

Indikator

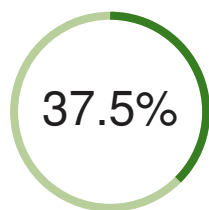
Andel av Telling Stories' leverandører som betaler levelønn



2022

Dette tallet er andel av kartlagte Kinesiske førsteleddsleverandører til Telling Stories.

Andel av Prioriterte leverandører som har egen policy for, eller har signert Høyers policy for å jobbe mot en levelønn i sine verdikjeder



2022

Andelen er basert på de leverandørene som har oppgitt informasjon, enten offentlig tilgjengelig, eller direkte til Høyer. De leverandører som oppgir at de har en policy eller code of conduct men ikke har tilgjengeliggjort denne til Høyer vil regnes som å ikke ha en slik policy frem til den tilgjengeliggjøres til Høyer. Den overnevnte prosentandelen er anslått å øke i kommende rapporteringsår da vi forventer utdyping av policy og etiske retningslinjer fra flere av de prioriterte leverandørene, men som ikke var gjennomført i rapporteringsåret.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Risiko for utnyttelse av Uyghur minoriteter i bomullsproduksjon
Overordnet mål :	Unngå utnyttelse av og tvangsarbeid blant arbeidere, spesielt blant utsatte minoriteter som Uyghur-befolkningen i Xinjiang-provinsen i forbindelse med bomullsproduksjon i Kina.
Status :	Det er ikke oppdaget konkrete tilfeller av utnyttelse av Uyghur-befolkningen blant de leverandørene som er kartlagt så langt, men det eksisterer en vesentlig risiko for dette da store deler av bomullen brukt av Telling Stories kommer fra Kina, og Xinjiang provinsen står for nær 90% av kinesisk bomullsproduksjon (i følge USDA Economic Reserarch Service) Av de prioriterte merkevarerne som leverer til Høyer sine butikker, har nesten halvparten av dem majoriteten av sin produksjon i Kina, også inkludert bomullsvarer.
Mål i rapporteringsåret :	Identifisere opprinnelse av bomullen som benyttes av Telling Stories/egne merkevarer som kommer fra Kina. Avklare hvilke prioriterte leverandører til Høyer som har produksjon i Kina, og hvem som har tiltak på plass for å identifisere faktisk og potensiell negativ påvirkning av overnevnte minoriteter.

Utførte tiltak og begrunnelse :

Det er søkt informasjon fra alle prioriterte leverandører til Telling Stories angående opprinnelsen av bomullsstoffer brukt, men det har vist seg å være vanskelig å oppdrive. Telling Stories har relativt lavt produksjonsvolum per produkt, og det er derfor en betydelig andel av stoff og garn som må kjøpes på lokale stock markeder i Kina, da ofte uten noen som helst form for opprinnelsessertifikat. Det medfører at førsteleddsprodusentene ikke har informasjon om opprinnelsen til stoffene de bruker. I enkelte tilfeller er det mulig å oppdrive hvilken region stoffene kommer fra, og i disse tilfellene er opprinnelsen enten Xinjiang eller Hebei-provinsene. I Xinjiang er det særlig risiko for tvangsarbeid og menneskerettighetsbrudd overfor Uyghurer og andre minoriteter, men denne risikoen eksisterer også andre steder i Kina via migrantarbeidere.

Bomullsvarer fra Kina som er prioritert i Telling Stories aktsomhetsvurderinger utgjør 24% av innkjøpet i en sesong, og er derfor en vesentlig andel av omsetningen. Det har i rapporteringsåret ikke vært mulig å oppdrive kredibel opprinnelsesinformasjon på råvarene til disse produktene, og det eksisterer derfor en risiko for at de kan være forbundet med tvangsarbeid i Xinjiang.

Vi anser det som fortsatt vanskelig å innhente denne typen informasjon i fremtiden, og reviderer derfor vår egen innkjøpspraksis og sourcing så vi sikrer bedre sporbarhet på bomull fra Kina.

Vi har allerede begynt å konsolidere flere produkter over på samme kvalitet, slik at vi kan produsere eget stoff i stedet for å kjøpe fra markedet. Det gir oss minimum ett ekstra ledd med sporbarhet, og mulighet til å stille mer spesifikke krav til råvarene brukt i materialet.

Vi har også undersøkt hvilke produkter som kan benytte sertifisert bomull gjennom GOTS, GRS eller OCS, men det krever høyere produksjonsvolumer som vi ikke har klart å møte i rapporteringsåret.

Vi har identifisert en av de prioriterte merkevareleverandørene til Høyer som gjennom sine aktsomhetsvurderinger har funnet vesentlig risiko for utnyttelse av Uyghurer i sin verdikjede og informert Høyer om dette. De har flyttet sin bomullssourcing til en GOTS-sertifisert leverandør som gir bedre innsyn i verdikjeden for bomullen og sikrer at prinsippene om ingen tvangs- og slavearbeid skal videreføres til og følges opp gjennom revisjoner i alle ledd til og med råvareprodusenten.

Mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Konsolidere flere produkter på samme bomullsstoff for å øke volumet på enkelte metervarer og øke vår evne til å stille krav til leverandøren om sporbarhet.

Øke andelen sertifisert bomull gjennom GOTS, GRS osv. Vi kan gjøre dette ved å kjøpe inn større volum med materialer for basevarer og repeat styles og legge på lager for produksjon i kommende sesonger.

Vi skal øke sporbarhet på 50% av bomullen vi bruker gjennom de største leverandørene i Kina til Telling Stories i kommende rapporteringsår. Dette skal medføre sporbarhet til Tier 4 (råvareprodusenten) på 50% av bomullsvarene fra to av de tre største av våre Kinesiske leverandører. Dette vil bli en viktig del av kartleggingen av leverandører til Telling Stories i de kommende årene.

Kartlegge hvilke av de prioriterte leverandørene til Høyer som er GOTS-sertifisert (eller lignende sertifiseringer som krever full sporbarhet i hele verdikjeden) eller benytter seg av lignende sertifiseringer på bomull i Kina.

Andre tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

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

3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

Vi har kommunisert ut vår kjemikalierestriksjonsliste og kjemikaliekontrakt til leverandører som forplikter dem til å følge europeiske REACH, Stockholm Convention on Persistent Organic Pollutants (POPs), Biocidal Product Regulation og EU Directive on Packaging and Packaging Waste 94/62/EC.

Dette medfører også at vi kan be om innsyn i og informasjon om kjemikalier brukt i produksjonen av varer for å sikre at det ikke benyttes ulovlige eller ulovlige mengder kjemikalier.

Det er lagt et strategisk mål for Telling Stories å øke andelen av mer ansvarlige materialer i sine merkevareer med 25% per år.

Telling Stories etterspør informasjon om tilgjengeligheten på fornybar energi, og på vannrensesystemer for alle våtprosesser (vasking, farging og finishing) i alle produksjonsenheter, og tar dette med i vurderingen for hvilke leverandører som skal prioriteres for ulike produkter.

Telling Stories benytter seg av FSC-sertifisert papir/papp i alle sine hang tags på produktene, og har begynt planleggingen av utfasing av merkelapper i vanlig polyester for å skifte til resirkulert polyester.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

Høyer vurderer relevante tiltak som kan redusere klimagassutslipp i egen virksomhet, på hovedkontoret og i våre butikker.

Det er laget nye bæreposer i papir uten plastbelegg, og plast- og forsendelsesposer er endret til resirkulerbar plast. Disse vil tas i bruk i løpet av 2023.

Det er også tatt energieffektiviserende tiltak på hovedkontoret, men majoriteten av virksomhetens klimagassutslipp foregår i forbindelse med produksjonen av varer.

Blant egne merkevarer fra Telling Stories er det satt som mål å øke andelen av mer ansvarlige materialer i sine salgskolleksjoner med 25% per år. Dette medfører økt bruk av regenererte cellulosefibre som benytter mer energieffektive metoder enn konvensjonell viskose og med mindre vannforbruk, samt økt bruk av resirkulerte materialer.

Telling Stories har også satt som mål å øke andelen produkter av monomaterialer som gjør dem lettere å resirkulere ved endt levetid. Sirkularitet er en faktor som vurderes som en del av designprosessen på egen merkevarer.

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

Høyer har tydeliggjort sine forventninger til leverandører gjennom sine retningslinjer og code of conduct, samt standardiserte terms&conditions for ordrelegging.

Det er etablert rutiner for nye leverandører slik at denne informasjonen er delt tidlig og skal være forstått når avtaler inngås.

For verdikjedene rundt egne merkevarer fra Telling Stories er det opprettet dokumenter som beskriver alle rutiner som leverandører forventes å følge i forbindelse med utvikling av prøver, produksjon og levering. Det er også lagt inn graderte kompensasjonsordninger for under/overleveringer slik at det ikke legges urimelige krav på leverandører som får små og muligens vanskelig håndterbare ordre.

Det er redusert antall vareprøver hos en strategisk leverandør for å kartlegge om dette påvirker kvaliteten på produksjonen, og om det forbedrer arbeidsforholdene med tanke på overtid på fabrikken.

Det er planlagt å begynne opplæring av design- og produktutviklingsteamet i Clo3D for å endre viktige produkter til digitale vareprøver. Dette vil redusere totalt antall vareprøver, men også gi muligheten for mer presis spesifikasjon, raskere kommentering av prøver og kutte tid og kostnader forbundet med kurerfordendelser av vareprøver. En raskere og mer presis kommunikasjon rundt vareprøver vil gi leverandørene bedre mulighet til å planlegge produksjon, og bruke mindre ressurser på sample rooms.

Telling Stories har utvidet leveringsvinduet sitt for kolleksjonene for å kunne gi mer tid til produksjon og mer fleksibilitet til leverandører til å planlegge leveringene sine.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Det er føringer for innkjøpsteamet for å kjøpe mer bærekraftige og sertifiserte varer, men er ikke satt konkrete KPIer enda på andeler av disse.

Høyer vurderer insentivordninger for sertifiserte varer som er dokumentert mer bærekraftige eller ansvarlige. Det er ikke etablert noen konkret insentivordning i rapporteringsåret, men arbeidet med dette fortsetter i kommende rapporteringsår.

Telling Stories har et strategisk mål om å øke andelen mer ansvarlige produkter i sine salgskolleksjoner, og det inkluderer da sertifiserte materialer. Som en del av arbeidet med sporsbarhet på bomull fra Kina arbeides det med å øke andelen GOTS-sertifisert bomull i kolleksjonene.

Det er generelt prioritert å benytte sertifiserte materialer der det er mulig uten å gå på bekostning av design eller kvalitet.

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

Alle prioriterte leverandører er tilsendt våre retningslinjer som stiller krav til arbeid som bygger opp under fagforeninger og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Alle leverandører (også de som ikke er prioriterte) skal tilsendes disse i løpet av kommende rapporteringsår.

De leverandører som ikke kan eller vil signere Høyers retningslinjer skal ha egne retningslinjer på plass som dekker de samme prinsippene, og setter tilsvarende krav til å støtte opp om arbeiderrepresentasjon og kollektive forhandlinger. Høyer skal samarbeide med leverandører som ikke har slike prinsipper på plass eller ikke følger dem, for å gi dem en bedre mulighet til å etterleve prinsippene.

Dersom leverandører etter gjentatte henvendelser nekter å følge disse retningslinjene, eller aktivt arbeider for å undertrykke fagforeninger, arbeiderrepresentasjon og kollektive forhandlinger, kan Høyer se seg nødt til å avslutte samarbeidet.

Telling Stories legger de samme prinsippene til grunn for sine leverandører, og følger fabrikkene opp jevnlig, gjennom revisjon. Det har vært vanskelig med direkte besøk og oppfølging av fabrikker i Kina i rapporteringsåret pga Covid-19, men det planlegges å komme i gang med fabrikkbesøk igjen så fort som mulig, i første omgang til de tre største leverandørene i Kina. Det vil da vektlegges å møte arbeiderrepresentanter og andre interessenter som kan gi direkte innsikt i hvordan fagforeninger og arbeiderrepresentasjon foregår på den enkelte fabrikk.

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

Internt i Høyer er det definert i organisasjonskartet hvem som er ansvarlig for kommunikasjon med de ulike avdelingene i forbindelse med bærekraftarbeidet.

Det er opprettet opplæring i vår policy, antikorrupsjon, retningslinjer for leverandører, og informasjon om åpenhetsloven og aktsomhetsvurderinger for ansatte i Høyer konsernet og franchisebutikker gjennom vårt e-læringsystem. Kurset var ferdig laget men ikke distribuert til alle ansatte i rapporteringsåret. Det vil måles hvor mange som har gjennomført kurset i løpet av kommende år, med et mål om 90% gjennomføringsgrad blant fast ansatte innen 31.12.23.

Opplæring i aktsomhetsvurderinger er gjennomført av CSR-ansvarlig, som har videreført kunnskap til innkjøpsansvarlig. Det er planlagt videre kursing i aktsomhetsvurdering gjennom Etisk Handel av relevant personale i løpet av kommende rapporteringsår.

Det er ikke blitt oppdaget direkte behov for opplæring i Telling Stories sin verdikjede, men hver leverandør vurderes fortløpende som en del av den vanlige leverandørkontakten. Der det oppdages behov for opplæring eller kompetanseheving vil Telling Stories og Høyer vurdere om de kan bidra direkte eller påvirke i en retning som sørger for at korrekt opplæring vil gjøres.

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

Høyer har en nulltoleranse for korrupsjon og bestikkelser, og kommuniserer dette gjennom sine retningslinjer og antikorrupsjonspolicy som formidles til leverandørene og er offentlig tilgjengelig på våre nettsider.

Disse medfører også retningslinjer for ansatte i forbindelse med gaver og representasjon i forbindelse med leverandørkontakt, og spesifiserer at det skal gjennomføres aktsomhetsvurderinger jevnlig for å avdekke korrupsjonsrisiko, også ved vurdering av nye leverandører og oppstart av nye prosjekter, og det skal ikke inngås forretningssamarbeid med leverandører der det er vesentlig mistanke om korrupsjon.

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

Som et første steg i retningen av en mer sirkulær økonomi har vi startet opp samarbeid med en leverandør av reparasjonstjenester i vår flagship-butikk. Dette har vært utgangspunktet for å kunne videre utvide bedre reparasjonstjenester i våre butikker, eller tilknytning til denne typen tjenester i lokalmiljøet rundt butikkene. Omfanget av bruk av denne tjenesten har vært under evaluering i rapporteringsåret.



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

CSR-ansvarlig har det overordnede ansvaret for å overvåke effekten av tiltak som er tatt, men Høyers innkjøpsgruppe vil opprettholde kontakten med prioriterte leverandører til Høyer gjennom daglig leverandørkontakt i kraft av sine stillinger. Innkjøpsgruppen rapporterer til CSR-ansvarlig og tar føringer fra denne på hvilke tiltak som skal følges opp.

Tiltak i forbindelse med Telling Stories er ansett for å være der Høyer har mest direkte påvirkningskraft og vil prioriteres av CSR-ansvarlig/leder for Telling Stories. Gjennom vurdering av revisjoner av leverandører, daglig korrespondanse, og besøk til de største leverandørene vil CSR-ansvarlig følge opp effekten av tiltakene, og rapportere fremgang til ledelsen i Høyer med anbefalinger om endringer eller nye tiltak.

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

Høyer jobber i stor grad med leverandører som er veletablert innen bærekraft, ansvarlighet og rapportering. Det er mange som allerede leverer omfattende årlige rapporter på eget arbeid og viser åpenhet rundt både utfordringer, ambisjoner og måloppnåelse. Flere av disse leverandørene har allerede rutiner på plass for å gjennomføre aktsomhetsvurderinger etter OECDs modell, og har åpen kommunikasjon om hva de finner. Høyers rolle overfor leverandører vil være å følge opp informasjonen som mottas fra leverandører om de tiltak som er iverksatt, og vurdere disse leverandørenes egen rapportering.

Tiltak som er prioritert for rapporteringsåret er basert på Kinesisk produksjon, og Høyer vil da følge opp de prioriterte leverandørene som har majoriteten av sin produksjon i Kina på hvilken risiko de selv rapporterer på og hvilke tiltak som tas og gjennomføres for disse risikoområdene. Det skal så justeres den overordnede risikoen for denne leverandøren. Det er ikke et dedikert system på plass for registrering av risiko per leverandør, men det benyttes verktøy som ETIs Salient Risk Assessment Tool der risiko per leverandør kan kartlegges, i første omgang på landbasis.

For leverandører til Høyers egen merkevarer har oppfølgingen en mer direkte art. Hver leverandør med identifisert vesentlig risiko skal følges opp på de tiltakene som er iverksatt, gjennom interessentdialog, revisjon og fabrikkbesøk der det er nødvendig. Daglig kontakt med fabrikker og leverandører vil hjelpe, og handlingsplanen over tiltak skal justeres ettersom de gjennomføres eller har progresjon.

Det er etablert handlingsplaner med målbare punkter der det er mulig, for å kunne evaluere effekten av tiltakene vi har satt, og disse vurderes fortløpende.



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

Telling Stories har kontakt med sine leverandører både direkte og gjennom agenter, og holder en åpen dialog om årsaken til de kravene som stilles og de tiltakene som gjøres. Det er også planlagt besøk av de største leverandørene for å kunne identifisere andre interessenter på fabrikkene som vi kan åpne kommunikasjonslinjer til. Arbeiderene er de viktigste interessentene for den prioriterte negative påvirkningen/skaden.

Høyer kommuniserer sine forpliktelser offentlig gjennom å publisere sin policy og sine retningslinjer for leverandører på hjemmesiden sin.

Gjennom offentlig rapportering gir Høyer innsyn i sine prioriteringer og de faktiske identifiserte risikoområdene. Gjennom dette kan eksterne interessenter komme med innspill gjennom våre kommunikasjonskanaler.

Høyer har også kommunisert ut kontaktinformasjon og rutiner for henvendelser, inkludert innsynsforespørsler, til sine butikker som vil være et naturlig kontaktpunkt for interessenter.

Høyer har opprettet en epostadresse, csr@hoyer.no for alle henvendelser om bærekraft og ansvarlighet, og formidlet denne til sine butikker.

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

Virksomheten publiserer informasjon om eget arbeid gjennom offentlig rapportering via Etisk Handel og i henhold til åpenhetsloven.

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

Høyer har opprettet rutiner for hvordan butikkene våre skal håndtere innsynsforespørsler som blir rettet til dem, inkludert en svarmal de kan benytte seg av for å videreformidle forespørselen til Høyer.

Vi har også opprettet en epostadresse, administrert av CSR-ansvarlig, som kan håndtere innsynsforespørsler, og andre henvendelser som angår bærekraftarbeidet i Høyer og forespørsler som gjelder Høyers egne merkevarer.



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

I henhold til vår policy for bærekraftig forretningsvirksomhet:

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.

Les vår policy her:

https://hoyer.no/static/pdf/Hoyer-Gruppen-AS-Policy_for_baerekraftig_foretningsvirksomhet.pdf

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Ingen gjenoppretning i rapporteringsåret.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

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

Vi har undersøkt leverandører til Høyer og til Telling Stories for å indentifisere måter interessenter har tilgang på klagemekanismer og gjenoppretting. Enkelte av prioriterte merkevareleverandører til Høyer har allerede etablert egne dedikerte, anonymiserte klagekanaler gjennom epost, eller gjennom nettbaserte tjenester som for eksempel Ethicspoint. Det har ikke vært mulig å oppdrive informasjon om alle prioriterte merkevareleverandørers klagemekanismer i rapporteringsåret.

Alle leverandører som har signert vår Code of Conduct eller allerede opererer med egen Code of Conduct på linje med vår, vil ha forpliktet seg til å støtte opp rundt fagorganisering, som kan virke både som varslingskanal og som forhandlingspunkt for gjenoppretting. Den reelle graden av fagorganisering er likevel lav i f.eks Kina og det vil være nødvendig med kontinuerlig arbeid for at fagorganisering og kollektiv forhandling skal bli utbredt.

Flertallet av de prioriterte leverandørene vi jobber med benytter seg av revisjonsordninger av produsentleddene sine som tar ansattintervjuer med i revisjonsprosessen, og videreformidler funn til leverandørene. Leverandører av Høyers egne merkevarer benytter seg også av BSCI og Sedex-revisjoner som kan gi informasjon om forhold blant interessenter, og dermed gjøre Høyer oppmerksom på disse forholdene, og gjennom samarbeid med de aktuelle leverandørene vurdere gjenoppretting når det er nødvendig. I tillegg etterspør Telling Stories alle sine leverandører om klagemekanismer er på plass, som en del av sin leverandørkartlegging. Det er ikke utført en dypere analyse av disse klagemekanismene i rapporteringsåret, men Telling Stories anser det som en viktig del av den videre leverandørkartleggingen.

Høyer kontakter også CSR-ansvarlige hos leverandører for å innhente informasjon om oppdagete risikoområder og faktisk negativ påvirkning, og har på denne måten for eksempel oppdaget potensiell risiko hos en leverandør i forbindelse med tvangsarbeid i bomullsproduksjon. I dette tilfellet har leverandøren selv tatt grep for å håndtere risikoen, men gjennom å oppdrive denne type informasjon fra våre prioriterte leverandører kan Høyer bidra til å påvirke gjenoppretting når det er aktuelt.

Kontaktinformasjon:

Høyer Gruppen AS
Eivind B. Hackett
eivind.hackett@hoyer.no