



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2023

for Lindbak AS

□

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



FNs BÆREKRAFTSMÅL



Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5 graders mål.

Denne rapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men rapporten favner bredere med klima og miljø, sirkulærøkonomi og antikorrupsjon. Våre medlemmer er forpliktet til å jobbe med aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på arbeidet. Medlemmer i Etisk handel Norge som er på Basisnivå1 oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep Responsible Business Conduct er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. Den systematiske innsatsen virksomheter gjør for å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning, samt rette opp skade for mennesker, dyr, samfunn og miljø – kalles aktsomhetsvurderinger (due diligence). Virksomheter over en viss størrelse er gjennom åpenhetsloven pålagt å gjøre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter. Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger også på samfunn, miljø og dyr og etterleve FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner.

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

Heidi Furustøl

Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

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

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



Forord av daglig leder

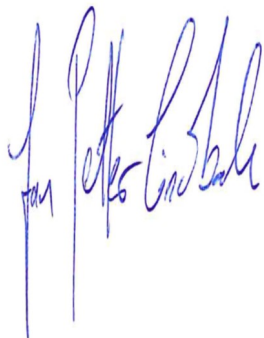
Lindbak er et norskeid familieselskap som ble etablert i 1958. Gjennom tre generasjoner har vi utviklet oss til å bli et av Norges fremste selskap innenfor våre virksomhetsområder; Interiør, print, kaffe, møteromsløsninger, IT og rekvisita.

Vår visjon er å skape en bærekraftig fremtid på norske arbeidsplasser. Dette krever langsiktighet, investeringsvilje og ikke minst en kultur og kjerneverdier som understøtter målsetningen. Etikk, menneskerettigheter som en del av bærekraftig utvikling, er en hovedpilar i den langsiktige strategien til selskapet. Vi i Lindbak tror på grundighet og langsiktighet i våre valg og tankesett. Hvordan vi som selskap tar ansvarlige valg er avgjørende, på kort og lang sikt.

For å kunne være en pådriver for endring og bidra til en bærekraftig utvikling på best mulig måte kreves det kunnskap og forståelse. Vi tror at samarbeidet med Etisk Handel Norge (EHN) og andre aktører som setter etisk handel på dagsorden kan hjelpe oss til en mest mulig kunnskapsbasert praksis. Dette vil hjelpe oss å kommunisere med våre produsenter på en måte som gir rom for å avdekke om forholdene er etisk forsvarlige. Hvis vi kan bidra til utvikling av produsenter i stedet for avviking av produsenter fordi de er i en gråson, vil vi kunne gi flere et etisk forsvarlig fotfeste og fremtid.

I tillegg til vårt medlemskap og vår rapportering gjennom Etisk Handel Norge, rapporterer vi i henhold til GRI-rammeverket for bærekraftsrapportering. Rapporten beskriver virkningen vi har på den klima- og miljømessige-, sosiale-, og økonomiske dimensjonen av bærekraftig utvikling, og presenterer utvalgte relevante initiativer. Les rapporten vår her: <https://lindbak.papirfly.no/readimage.aspx/asset.pdf?pubid=shq8WvzDNFoscB5-C3oyVQ>

" Vi bæres frem av en etisk ansvarlig strategi, i et evighetsperspektiv. "



Jan Petter Lindbak
Administrerende Direktør

Styrets signatur

Signaturer til Etisk Handel Rapport



Tore Lindbak
Styrets leder



Kristofer Lindbak
Styremedlem



Kristian Lindbak
Styremedlem



Keir Olsen
Ansattrepresentant

Transaksjon 09222115557511238694



Signert KO, TL, KL1, KL2

Trondheim
23.01.2024

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

Lindbak AS

Adresse hovedkontor

Nordslettveien 1, 7038 Trondheim

Viktigste merker, produkter og tjenester

Møbler, Kopi/print, Kaffe, IT, Lyd og bilde: RH, Håg, RBM, Aarsland, Abstracta, Interstuhl, Fora Form, Edsbyn, Gøtessonsns, Scan Sørli, Malmstolen, NCP, (Møbler), Gabriel, Tessile, Royal Avskjerming (Tekstiler), Canon, Ricoh (Kopi/print), Arvid Nordqvist, Cemo, Løfbergs (Kaffe).

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Lindbak AS eies 100% av Lindbak Gruppen AS som er et familieeid selskap. Lindbak AS eier og drifter 8 deleide og heleide datterselskaper med 28 avdelinger i Norge. Lindbak produserer ikke selv, våre innkjøp gjøres gjennom produsenter som vi tilknytter oss ved behov. I og med at Lindbak er en over 60 år gammel bedrift er flere av våre kjerne samarbeidspartnere produsenter vi har samarbeidet med i over 40 år.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

1 080 000 000

Antall ansatte

316

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Nei, ingen vesentlige organisatoriske endringer siden rapporteringen for 2022.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Simon Morseth - Salgsdirektør

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

simon.morseth@lindbak.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Lindbak er en vare og tjenesteleverandør som er etablert med 28 avdelinger i hele Norge. Vi tilbyr varer og tjenester for i overkant av 1 milliard kroner pr. år. Produktene vi selger kjøpes fra produsenter vi ikke eier eller driver selv. For Lindbak vil dette si leverandørkjeder innenfor flere produktområder.

Foruten at vi kjøper varer til eget bruk er Lindbak en av landets største leverandører av møbler til det private og offentlige næringsliv. I tillegg til dette er vi leverandør av teknologiutstyr til arbeidsplassen, som multifunksjonsskrivere, IT, kaffemaskiner og audiovisuelle produkter. Kaffe og kaffemaskiner til offentlig og privat næringsliv er en stadig økende andel av vår virksomhet. Vår IT virksomhet er også i god utvikling. Vi tilbyr også tjenester for å ta vare på og forlenge levetiden til varene vi selger. Alle disse produktområdene er segmenter hvor det kan forekomme brudd på menneskerettigheter.

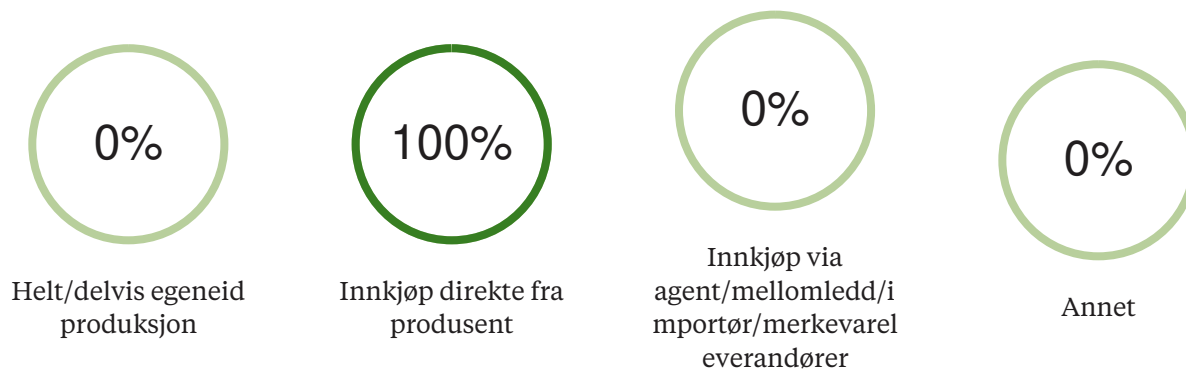
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

156

Kommentar til antall leverandører

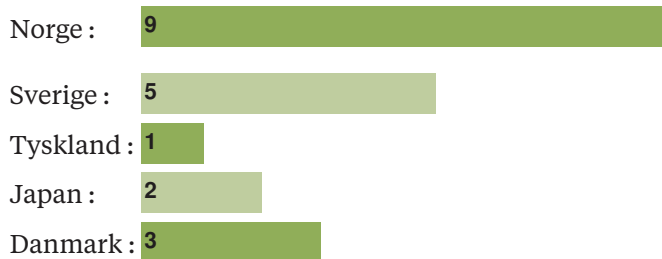
Selskapet har en betydelig andel leverandører, men de leverandørene vi rapporterer på står for majoriteten av våre varekjøp, opp i mot 80%

Type innkjøp/ leverandørforhold



Lindbak handler i all hovedsak direkte fra produsenter, dette gjelder for hele kjernevirksomheten. Kjernevirksomheten avgrenses til rapportering på segmentet interiør, kaffe og multifunksjonsmaskiner tredje rapporteringsår. Avgrensningen henspiller at det er her den største omsetningen ligger både i kroner og antall enheter. I interiørbransjen er ca 1/4 av varene vi selger påvirket av at det er en interiørarkitekt eller annet beskrivende ledd som definerer hvilken produsent og hvilket produkt som kjøpes inn. Dette vil variere hele tiden. Vi anser det derfor å være en risikofaktor at vi ikke har grunnlag for å påvirke hva som skal anskaffes som følge av denne anskaffelsesmetoden hos kundene våre. Dette gjelder enten det er offentlig eller private næringslivsprosjekter. Økte krav til rapportering av etisk handel og bærekraft generelt synes å ha en påvirkning på interiørarkitekt og det beskrivende ledd. Innskjerpning av regelverk i forhold til bærekraftige produkter og tjenester vil gi det beskrivende ledd et påtrykk i forhold til å beskrive bærekraftige produkter og løsninger.

Liste over førsteleddsprodusenter per land



Utvalgte produsenter representerer kjernevirksomhet og områder vi anser som risikoområder. Eksempler på dette er tekstiler og kaffe.

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

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

20

Kommentar til antall arbeidere

Dette tallet har vi ikke oversikt over i denne rapporten, men det tas inn i Handlingsplanen for 2024 som et punkt vi måler.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Plater til platemøbler	Vest-Europa
Aluminiumskomponenter	Polen
Plastdeler	Tyskland Norge Sverige
Tekstiler	Kina Litauen Romania
Skumgummi	Norge Sverige
Setemekanismer	Tyskland Norge

Maskindeler	Kina Japan Thailand Taiwan
Elektriske komponenter	Italia Japan
Toner	Japan
Stål	Norge Sverige
Kaffe	Globalt Burundi Brasil Kongo Colombia Etiopia Guatemala Honduras Indonesia India Kenya Malawi Mexico Nicaragua Peru Papua Ny-Guinea Rwanda El Salvador Tanzania Uganda Vietnam

Det rapporteres på 1. ledd under produksjonssted.

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Mål:

2022 er Lindbak sitt andre rapporteringsår, og målsetningen er å rapportere på basisnivå for 2022. Det samme vil være gjeldende for 2023. På samme måte som i rapporten for 2021 vil vi i denne rapporten fokusere på kjernevirksomheten. Samtidig er det et mål for oss i kommende periode å utvide antall leverandører vi vurderer og foretar risikovurderinger på.

Status:

Vi har rapportert på basisnivå, samtidig som vi har utvidet antall leverandører som vi har foretatt risikovurderinger på fra 17 til 20 leverandører.

2

Mål:

Bidra til å utvikle produsentene vi samarbeider med. Dette skal vi gjøre ved å stille relevante spørsmål og formidle funn og risiko vi avdekker ved aktsomhetsvurderinger.

Vi har formidlet vår Policy for våre samarbeidspartnere og fått tilbakemelding fra 156 stk. For å forbedre prosessen og få mer innsikt at vi utviklet et formular i "Forms" der vi stiller relevante spørsmål som kan avdekke risikoer til alle våre samarbeidspartnere. I 2024 tar vi høyde for at alle vi til enhver tid samarbeider med må fylle ut formularet og bekrefte at de etiske retningslinjene blir praktisert i deres leverandørkjeder.

Status:

Vi har spesielt fokusert på å bidra til å utvikle en av våre kaffeleverandører som vi samarbeider med. Vi har styrket samarbeidet gjennom etterspørsel av leverandørkjedekart, gjennomført risikoanalyser og sosial dialog i Kenya. Oppfølging har vært en viktig del av arbeidet og vil også være sentralt i 2024.

3

Mål:

Det er også et uttalt mål om å øke den interne kompetansen knyttet til arbeidet med EHN gjennom vårt interne Lindbak Akademi, i tillegg til E-læringsplattformen og kursene der.

Status:

Tematikk rundt etisk handel har blitt en naturlig del av våre interne onboarding-økter for nye ansatte, allmøter og bærekraftsambassadørmøter. I tillegg har aktivt minnet de ansatte i allmøter og avdelingsmøter om å fullføre Etisk Handel-kurset på vår e-læringsplattform. Til nå har vi en gjennomføringsgrad på 51%, og vi vil fortsette å opprettholde fokus på gjennomføring av kurs.

4

Mål:

Likestilling mellom kjønnene.

Vi har en målsetning om 50% kvinneandel i lederstillinger.

Status:

Målsetningen om 50% kvinneandel i lederstillinger er enda ikke oppnådd. I 2023 var kvinneandelen i lederstillinger 34% og i konsernledelsen er kvinneandelen 25%. Vi arbeider med å øke denne prosentandelen.

5

Anstendig arbeid og økonomisk vekst.

Mål :

Lindbak jobber med oppfølging av leverandørkjeden ned til tredje nivå fra egen organisasjon gjennom å følge Etisk Handel Norge sin veiledning for egen innsats for etisk handel. På denne måten opptrer etter intensjonene i Åpenhetsloven.

Vi har foretatt risikovurdering på 20 leverandører. Det ble gjennom aktsomhetsvurderinger avdekt 3 risikoer på nivå 3-4 i forhold til fare for diskriminering. Vi har fulgt opp 2 av disse som ble nærmere undersøkt i og med at risikoen var på nivå 4. Forholdet er undersøkt og lukket.

Status :

Vi har gjennomført sosial dialog i Kenya der vår kaffeleverandør blant annet kjøper kaffe fra. Der avdekket vi blant annet at det var et ønske blant arbeiderne om økt kunnskap innen produksjon av kvalitetsprodukter, samtidig om klimasmart jordbruk for å sikre fremtidig inntekt. Potensielle tiltak er implementert i oppfølgingsplanen vår for kaffebønder i Kenya.

Rapporter fra ITUC og Rainforest Alliance sitt kaffebarometer, indikerer høy risiko for brudd på kvinners rettigheter i Kenya, spesielt knyttet til like muligheter og likelønn. Våre observasjoner og samtaler med kvinner på reisen ga inntrykk av at flere kvinner inntar viktige og strategiske posisjoner i Kenya. På kooperativene og vaskestasjonene der det var kvinner i ledelsen, fikk vi også mer innsyn. Likelønn er fortsatt uklart, med vi planlegger oppfølging på dette i 2024, inkludert gjennomgang av regnskapet til et av kooperativene.

6

Ansvarlig forbruk og produksjon

Mål :

• Smidig Kontor favner vår satsing på utvikling av tjenester med et bærekraftig og sirkulært avtrykk.

• Vi skal tilbyr produkter fra produsenter som innfrir våre kunders krav, og utfordre våre leverandører på sertifikater, merking mv. for å dreie innkjøpsmønsteret.

• Målet er å øke antall solgte produkter med miljømerking type 1 med 10 % innen 2 år

• Gjennom systematisk oppfølging av EPDmerking, er målet å redusere CO₂-avtrykket på solgte produkter med 10 % innen 2 år

Status :

Vi har implementert ett nytt standardsortiment i kaffedivisjonen og fortsetter å påvirke produsenter og kunder til å ta gode bærekraftige valg. I tillegg har vi utfordret våre leverandører på sertifikater, merking mv. for å dreie innkjøpsmønsteret. Dette har gjort oss i stand til å ta bedre valg knyttet til etisk handel og redusere risikobildet.

Vi jobber for å nå vårt mål om redusert CO₂ avtrykk i 2024. Produsentenes innsats med å angi CO₂ verdier på produktene sine kan være et hinder i forhold til å kunne måle fremdriften. Vi legger derfor stor innsats i å påvirke våre hovedsamarbeidspartnere (156 stk).

7

Stoppe klimaendringene.

Mål :

• Vi skal være i grønne bygg innen 2030

• Obligatorisk skolering på bærekraft Skolering av sirkulære rådgivere og bærekraftsambassadører

• Miljøledelse internt gjennom Miljøfyrtårn

• Innen 5 år skal halve bilparken være elektrisk eller gå på biodrivstoff

• Vi skal redusere drivstofforbruket med 10 %

• Vi skal redusere våre reiseutslipp med 20 %.

Vi er nå i 3 grønne bygg. Med grønne bygg mener vi EU sitt direktiv i forhold til energiklasser, og krav til energiklasser i 2030.

Våre sirkulære rådgivere og bærekraftsambassadører har hatt månedlige møter med fokus på kontinuerlig kompetanseheving, deling av informasjon og gjennomgang av tidsaktuelle saker innenfor våre forskjellige fagområder.

Status :

Vi er fortsatt sertifisert som Miljøfyrtårn som sikrer at vi har gode rutiner i forhold til arbeidsmiljøtiltak og avfalls- og forurensningsproblematikk.

I 2023 har vi investert i 8 elbiler. Denne utviklingen bidrar til at vårt mål om reduksjon i drivstoffutslipp vil nås.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Oppdatere våre etiske retningslinjer i samsvar med endringene fra Etisk Handel Norge. Vi skal bli tydeligere i vår kommunikasjon, sikre at innholdet er oppdatert og i samsvar med de gjeldende retningslinjene fra Etisk Handel Norge. Dette initiativet vil også bidra til å forbedre samarbeidet gjennom hele leveransekjeden, fra underleverandører til kunder, og ytterligere fremme etisk praksis i våre forretningsforbindelser.

2

Forsterke den allerede implementerte policy. Lindbak har som mål å øke den interne kompetansen knyttet til arbeidet med etisk handel gjennom vårt interne Lindbak Akademi, i tillegg til e-læringsplattformen og kursene der. Det stilles nå krav til obligatorisk gjennomføring i 2024 og prosentandel gjennomført vil bli rapportert. I tillegg vil alle større avdelinger ha en heldags-undervisning knyttet til Kaffe og etisk handel. Her vil vi benytte eksterne kursholdere for å bevisstgjøre risikoer og handlingsplan knyttet til direkte import av kaffe.

3

Få innsikt i hva CSRD innebærer for oss og sette utslippsmål i overenstemmelse med mål i Parisavtalen.

Initiere prosjekter for å samle data og forbedre oss på å rapportere etter standarden. Vi ønsker å være proaktive i forhold til CSRD for å sikre presis og effektiv rapportering.

Våre vesentligste bærekraftsmål er nr. 5, 8, 12, 13 og 17.

Disse målene vil bli gjennomgått og revidert med ny innsikt, og eventuelt styrket for å sikre at de er i samsvar med Parisavtalen. I 2024 vil vi revidere om målene våre er ambisiøse nok ihht. Parisavtalen."

4

Distribuere SAQ til alle våre samarbeidspartnere, inkludert vår CoC. Ved etablering av nye samarbeidspartnere vil CoC bli sendt ut før opprettelse i vårt ERP-system. Vi skal bidra til å utvikle produsentene vi samarbeidet med. Gjennom et utviklet "Forms"-skjema skal vi stille essensielle spørsmål til alle våre samarbeidspartnere. I 2024 stiller vi krav til at alle våre samarbeidspartnere må fylle ut formularet og bekrefte etterlevelse av etiske retningslinjer i deres leverandørkjeder. Kontinuerlig risikovurdering og formidling av funn er også en del av våre praksis.

5

Gjennomgå og analysere svarene fra SAQ. Informasjonen skal struktureres for en klar oversikt, slik at vi

effektivt og trygt kan analysere dataen og følge opp potensielle leverandører basert på svarene i SAQ.

6

Videreføre og styrke kartlegging og rapportering på teknologi og interiør, og inkludere IT for rapporteringsåret 2024. Til sammen undersøke 25 produsenter. 2023 er Lindbak sitt tredje rapporteringsår, og målsetningen er å rapportere på basisnivå for 2023. Det samme vil være gjeldende for 2024. Vi vil fokusere på kjernevirksomheten og inkludere fagområdet IT fra rapporteringsåret 2024. Mål for oss i kommende periode å utvide antall leverandører vi vurderer og foretar risikovurderinger på fra 20 til 25 produsenter.

7

Etterprøve risikoer som er >3 innenfor de vesentligste indekser. Fokuser på våre vesentlige bærekraftsmål nr. 5, 8, 12, 13 og 17 (Likestilling mellom kjønnene, anstendig arbeid og økonomisk vekst, ansvarlig forbruk og produksjon, stoppe klimaendringene). Jobbe med oppfølging av leverandørkjeden ned til tredje nivå fra egen organisasjon gjennom å følge Etisk Handel Norge sin veiledning, ved å benytte ansatte og tilgjengelige ressurser og delta i kurs som fremmer etisk handel.

8

Gjennomføre sosial dialog innenfor fagområde interiør. I tillegg til å formidle funn i risikoanalyser, skal vi foreta sosial dialog. Vi ønsker å gjennomføre sosial dialog på leverandør(ene) Gotessons (Kina), Scan Sørлие (Litauen) og/eller Gabriel (Kina/Litauen) innenfor fagområdet interiør, med særlig vekt på komponenten tekstil grunnet betydelig generell risiko.

9

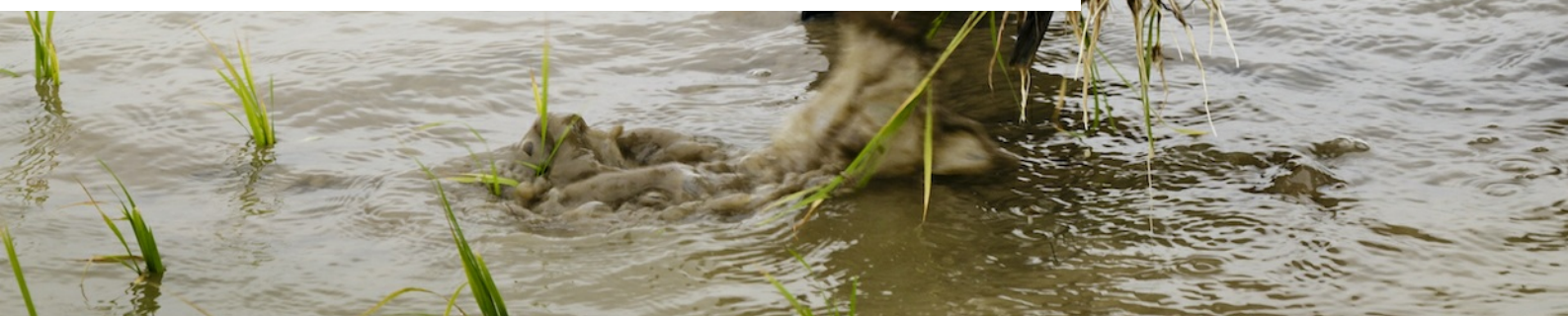
Følge opp funn fra sosial dialog gjennomført i 2023 og sosial dialog som skal gjennomføres i 2024. Måle, overvåke og vurdere resultatene. Kontinuerlig overvåkning av tidligere prosesser og funn.



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

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



1.A Policy* for egen virksomhet

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

<https://www.lindbak.no/etiske-retningslinjer>

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

Lindbak kommuniserer sine forventninger og krav til både kunder og samarbeidspartnere. Vår årlige bærekraftsrapport er en rapport etter GRI standard, og ligger tilgjengelig på våre hjemmesider. Det samme gjør øvrige artikler og arbeid. Vi er tydelig på at de vesentligste bærekraftsmålene våre i perioden 2021-2024 er FN målene 5. Likestilling mellom kjønnene, 8. Anstendig arbeid og økonomisk vekst, 12. Ansvarlig forbruk og produksjon og 13. Stoppe klimaendringene. I tillegg til det overordnede målet 17, da vi anser samarbeid for avgjørende viktig i forretningsførselen vår.

Overordnede mål er å fokusere på gode arbeidsforhold, rett til å forhandle og organisere seg og troverdighet i leverandørkjeden. Dette offentliggjør vi og fokuserer på i dialog med markedet, i digitale plattformer og publikasjoner. For kommende periode som starter i 2024 vil vi forberede oss for å rapportere i forhold til CSRD direktivet. Samtidig vil vi bygge videre på rapporteringen for 2023 og sørge for at påstartede "prosjekter videreføres".

Informasjonen deles internt og eksternt gjennom rapporter, informasjonsbrev til kunder, samarbeidspartnere, ansatte, i sosiale medier og på vår hjemmeside.

Vår policy i forhold til etisk handel ligger på vår hjemmeside på norsk og engelsk.

Vår bærekraftsrapport og rapport til Etisk Handel Norge er tilgjengelig på vår hjemmeside.

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

Lindbak er et familieselskap som gjennom generasjoner har jobbet med å sette mennesket først, sette samfunnet først og ta gode miljømessige valg. Aksjonærene i selskapet har gått i bresjen for å konkretisere dette arbeidet og det er nå fattet styrevedtak på at selskapet skal ha etikk, mangfold, samfunn og miljø som strategiske bærekjelker i alt vi gjør. Ledelsen har konkretisert arbeidet og satt tiltak ut i livet.

Lindbak har prinsipper for bærekraftig forretningspraksis (Code of Conduct) som grunnleggende policy. Disse prinsippene som bærekraftig forretningspraksis er basert på FN- og ILO-konvensjoner og blitt forankret i styret, samt fundamentet for alle våre aktiviteter, både internt og eksternt. Vårt arbeid med etisk handel og vår Code of Conduct er kommunisert til alle ansatte i organisasjoner via intranett, interne møter og e-læringskurs. I tillegg ligger informasjonen tilgjengelig for eksterne parter på våre hjemmesider.

Etisk Handel Norges rapporteringsstruktur, kurs, foredrag og støtte ved endringer i krav, behov og regler knyttet til etisk handel, styrker vårt arbeid innen etisk handel og legger grunnlaget for vår overholdelse av Åpenhetsloven.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Bakgrunn

Lindbak ble første gang revidert i forhold til vårt arbeid med etisk handel i 2016. Vår kunde Statsbygg benyttet Veritas for å undersøke hvordan vi jobber med oppfølging i leverandørkjedene. Henvendelsen gjorde at vi fikk en revisjon på forventninger fra oppdragsgiver (som var medlem av EHN). Det ble etter dette klarere definert behov for fordeling av oppgaver i Lindbak.

Forankring i ledelse

Vår administrerende direktør er vår bærekraftsleder, dette sikrer god forankring og topp prioritet i øverste ledelse og styret. Handlingsplanen for etisk handel utvikles i ett samarbeid mellom øverste ledelse og fagansvarlige og revideres og vedtas av styret før den formidles i organisasjonen. Leder for HR og organisasjonsutvikling og markeds og kommunikasjonssjef formidler og lager innhold som formidles internt og eksternt gjennom kompetansekurs, publikasjoner, fysiske og digitale publikasjoner.

Operativt ansvar

En bærekrafts koordinator koordinerer handlingsplaner og rapporter fra ulike retningsområder. Egne ansvarlige fra hvert forretningsområde foretar aktsomhetsvurderinger og følger opp risikoer for brudd på rettigheter. Bakgrunnen for dette er at det kreves mye produktfaglig kompetanse for å vurdere hvilke produkter som skal vurderes.

Ansvar for aktsomhetsvurderinger og oppfølging av etisk handel generelt er fordelt slik

Bærekraft, Forankring og strategi - Styret

Bærekraftsansvarlig - Adm. dir.

Etiske retningslinjer - Vise adm. dir.

Bærekraft kommunikasjon i egen organisasjon - Markeds og Kommunikasjonssjef, HR og kompetanseutvikling.

Sosiale rettigheter og kompetanse i egen organisasjon - HR- sjef

Bærekraftskoordinator - bærekraftsrapportering og rapportering etisk handel.

Etisk handel, Fagansvarlige

Teknologi - Dir. Teknologi og IT

Interiør - Salgsdirektør

Bakgrunn for organisering av ansvarsfordeling av arbeidet med aktsomhetsvurderinger i bedriften.

Gjennomføringer av aktsomhetsvurderingene er fordelt i forhold til ansvarsområde, kompetanse og bedriftens overordnede strategi og målsetninger.

Vesentlighetsanalyser

I forretningsdrift vurderes mange elementer som viktig. For å identifisere de mest vesentlige blant disse, gjennomfører vi vesentlighetsvurderinger som fundament i vårt bærekraftsarbeid. Kunder, beslutningstakere, interessenter, produsenter og egne ansatte inviteres til å delta i en kartlegging. Etter en oppsummering av alle kartleggingene får vi innsikt i hva som vurderes som mest viktig for alle deltagerne. Resultatet sammenlignes med regler, lovverk, direktiver, forespørsler og antatt gjeldende paradigme i forhold til bærekraft. Vi konkluderer da med bærekrafts mål.

Indekser

I forbindelse med aktsomhetsvurderingene foretar vi risikovurderinger av enkeltprodukters komponenter i forhold til opprinnelsesland, i forhold til en rekke anerkjente indekser (Ref. EHN sin veileder). Disse indeksene vurderer land i forhold til fare for tvangsarbeid, mulighet til å organisere seg i for eksempel fagforbund, rett til å forhandle om rettigheter, barnarbeid, diskriminering, minimumslønn, korrupsjon og eventuelle andre forhold som tas med som for eksempel eksponering for giftige stoffer. Vi vurderer så hvor godt indeksene i risikokartleggingsverktøyet er dekkende for og dekkende for våre vesentligste bærekrafts mål. Bærekrafts mål som eventuelt ikke dekkes vurderes uavhengig av aktsomhetsvurderingene.

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

Bedriften har dedikerte personer som jobber med å implementere bærekraft i organisasjonen. Etisk Handel er en del av denne implementeringen. For hjelp til å organisere og konkretisere dette arbeidet har vi fra 2020-2023 hatt hjelp av revisjons og konsulentfirmaet BDO til å implementere dette arbeidet hos alle Lindbak ansatte. Vi fikk også støtte fra innovasjon Norge til å gjennomføre kompetanseløftet. Implementeringen besto ikke bare av formidling, men også workshops for å sikre forståelse, dybde, engasjement og mer solid forankring.

De ansatte benytter oppfølgingssystemet Motimate og Simployer for å sikre at alle har vært gjennom nødvendig kurs og opplæring. Hver ansatt har ledere som påser at opplæringen har riktig innhold i forhold til stillingsbeskrivelse og at opplæringen gjennomføres. HR - avdelinger følger med på og påser fremdrift og gjennomføring. Alle ansatte i Lindbak måles opp i mot hvilke Lindbak kurs og oppdateringer de har vært gjennom. En skala fra 0-100% viser deres gjennomføringsgrad.

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

Kompetanse i å gjennomføre aktsomhetsvurderinger ivaretas ved at fagansvarlige tar ansvaret for de ulike segmentene vi jobber med i konsernet. Hvert fagområde har best oversikt over sitt fagfelt. Ved å ha kunnskap om produsentene og produktene vil en lettere kunne velge hvilke produkter som er mest vesentlig å undersøke, og det etableres en profesjonell forbindelsen mellom oss og produsenten innenfor hvert fagområde.

Fremgangsmåten i å gjennomføre aktsomhetsvurderinger er tillært gjennom EHN sine kurs, og bedriftens egne opplæringmoduler som er digitalisert. Vi måler gjennomføringsgrad. Vært kurs avsluttes med å besvare spørsmål som må bestås, dette er også digitalisert.

1.C. Planer og ressurser

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

Arbeidet med mennesker, samfunn og miljø er forankret på eiernivå gjennom diskusjoner med eierfellesskapet. Selskapet er et familieselskap med effektivt syv eiere så gjennomføring av dette på eiernivå er en naturlig del av eierstyringen. På styrenivå er dette arbeidet forankret gjennom selskapets strategiarbeid og til slutt styreforankret strategiplaner. Strategiplanene tas deretter videre ut i ledelsens forretningsplaner og gjennomføres gjennom selskapets løpende strategiske kamper og tiltak.

Strategier hovedpunkter:

- Jan Petter Lindbak er selskapets øverste ansvarlig for at selskapet fokuserer i tilstrekkelig grad på at selskapet utvikler seg i en mer bærekraftig retning
- Ledergruppen har et overordnet ansvar for at vesentlige beslutninger holdes opp i mot visjonen om å skape en bærekraftig fremtid på norske arbeidsplasser
- BK-ambassadørene har et ansvar for at kompetansen inne bærekraft lokalt er sterkt forankret og har et ansvar for å kunne være med i kundesammenhenger der BK er et sentralt tema
- Selskapet skal gjennom alle kommunikasjonsplattformer fremstå som den mest troverdige aktøren i vår bransje på bærekraft
- Lindbak skal rapportere på 2 standarder; Global Reporting Initiative (GRI) og Etisk Handel Norge (EHN) sin standard
- Hvert enkeltstående forretningsområde har utpekt en ressurs som ansvarlig for å fremskaffe dokumentasjon til rapporteringene og inngår dermed i prosjektgrupper for rapportering
- Hver enkeltstående forretningsområde har ansvaret for å utvikle sine tjenester i tråd med strategiplanene
- Hver enkeltstående forretningsområde har ansvaret for å utvikle forretningen til å inkludere de kravene som de blir møtt med.

I Lindbak er bærekraftig utvikling en sentral og integral del av selskapets strategi. Lindbak har en forretningsplan som innebærer salg av varer som kan påvirke negativt. Vi som selskap er derfor nødt til å gjøre grep som bidrar til en bærekraftig utvikling og justere forretningsmodellen på en måte som tar hensyn til og minimerer den negative påvirkningen. Eksempelvis kan vi bistå kundene våre med å gjenbruke produkter og tilby tjenester som muliggjør dette. Vi har forpliktet oss til å bidra til å nå FNs bærekrafts mål gjennom arbeid med følgende.

Prioriterte bærekrafts mål:

5. Likestilling mellom kjønnene
8. Anstendig arbeid og økonomisk vekst
12. Ansvarlig forbruk og produksjon
13. Stoppe klimaendringen
17. Samarbeid for å nå målene

Kjøpsmønsteret til kundene våre endres nå i raskere tempo enn tidligere og vi opplever i økende grad at de ønsker å utsette kjøp som ikke er nødvendige. Kundene ønsker å kjøpe produkter som beviselig er mer miljøvennlige, og det er en økning i etterspørselen av brukte produkter.

Det regulatoriske er under endring og de offentlige etatene blir underlagt et strengere regime knyttet til å handle basert på miljø. Midlene i det offentlige er mer og mer rettet mot det grønne skiftet. I tillegg er råvarekosten (plast, stål, trevirke, kaffe, osv.) som går med i produksjonen av våre produkter under press og på sikt vil dette være med å øke prisene inn til Lindbak.

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

Som en del av driftsorienteringen legger ledelsen frem status og fremdrift til styret på flere styremøter gjennom året. Der følger styret opp at ledelsen har tilstrekkelig fokus og dedikasjon til det arbeidet som skal gjøres. Ledelsen har bærekraftig utvikling og etisk handel som tema på flere ledermøter gjennom året og organisasjonen involveres løpende.

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?

Lindbak har årlige eller periodiske oppfølgingsmøter med våre kontraktsparter. Videre gjennomfører vi leverandørbesøk der vi følger opp spesielt risikoutsatte land og råvarer. Våre etiske retningslinjer formidles til kontraktspartene, gjennomgås og produsentene signerer på at disse vil bli fulgt. Våre etiske retningslinjene er pr januar 2024 kontrollert opp mot Etisk Handel Norge sin veileder. Resultatet av sammenligningen var at våre retningslinjer var funnet å være kompatible med EHN sine retningslinjer, men med unntak av mindre korrigeringer. Vår policy blir derfor endret i 2024 og formidlet på nytt til våre samarbeidspartnere. Vår egen Policy i forhold til etisk handel og de etiske retningslinjene formidles til leverandører (på engelsk og norsk) og disse formidles også på vår hjemmeside for alle interessenter.

I vårt fjerde rapporteringsår (2024) vil vi fokusere på kjernevirksomhet når det gjelder undersøkelser i leverandørkjedene. Med kjernevirksomhet definerer vi den største omsetningen i kroner på en leverandør og de produktene som har stort volum. Vi formidler også at vi i de kommende år vil gå videre og dypere til verks ettersom vi øker innsikten og innsynet hos våre leverandører. Målet er en kontinuerlig forbedringsprosess.

Nytt i år er at vi vil rapportere for segmentet kaffe og vi har iverksatt undersøkelser i leverandørkjedene for gardintekstiler som vi selger i større volum. Disse to segmenter er segmenter som vi anser for viktige å følge opp i forhold til etisk handel. Resultatet av våre undersøkelser for kaffe vil inngå i denne rapporten. For tekstil vil vi gå mer i dybden i 2024.

Gjennom vårt samarbeid med EHN har vi fått tilgang til en veileder som viser merkeordningers omfang i forhold til å dekke minimumskriteriene i forhold til grunnleggende, arbeidstakerrettigheter, miljø, korrupsjon og dyrevelferd. Dette blir et nytt og godt verktøy i forbindelse med våre samtaler med produsentene.

Vi har også presentert EHN sin merkeordning oversikt i dialog med næringslivet og ved siste anledning overfor på seminar i næringsforeningen i Trondheim. Deltagerne var kunder, advokatkontorer, revisjonsfirma, politikere, konkurrenter med flere. Vi presenterte vårt arbeid med etisk handel, anbefalte å bli medlem av EHN og presenterte våre funn og planer videre etter sosial dialog i Kenya.

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Oversikten gjelder bedriftens kjernevirksomhet.

Retningslinjer formidles ved etablering av nye produsenter i vårt ERP system, ved kontraktsinngåelser og ved oppfølgingsmøter med produsentene.

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?

Lindbak har siden høsten 2018 hatt et forsterket fokus på sitt arbeid med bærekraftig forretningspraksis. Dette forsterker seg år for år, også gjennom rapporteringsåret 2023. Vår erfaring er at dette kontinuerlige arbeidet først og fremst gir utslag i økt engasjement hos medarbeiderne i selskapet. Dernest ser vi i markedet hos våre kunder at de ønsker i økende grad å samarbeide med partnere som tar dette på ytterste alvor. En økt forståelse som følge av selve rapporteringens metodikken er også en positiv følge.

Lindbak opplever større forståelse for at vi foretar aktsomhetsvurderinger. Færre produsenter vegrer seg for å gi innsikt og flere produsenter har avsatt ressurspersoner til å jobbe med å rapportere på bærekraft. Vi har også kommet i posisjon til å foreta sosial dialog med aktører lengst ut i leverandørkjedene og vi har gjort oss oppfatninger av hva vi mener kan redusere risiko i høyrisikoland. Blant annet innenfor kaffeproduksjon som vi har brukt ekstra ressurser på å vurdere i løpet av 2023. En viktig endring er at vi kjøper direkte fra kaffebønder med bare ett mellomledd. Vi oppnår da innsikt i arbeidsforhold og en større sikkerhet for at det ikke er risiko for brudd på rettigheter.

Vi ønsker alltid å tilegne oss ny kunnskap som kan være til hjelp i videre arbeid med etisk handel, og spesielt med nye krav som kommer knyttet til blant annet CSRD. Vi deltar ofte på kurs i regi av EHN for å holde oss oppdatert.

Lindbak har laget opplæringsmaterieil for internt bruk og deler kunnskap i møter som allmøter og bærekraftsambassadørmøter. Dette deler vi også eksternt, for eksempel i kundemøter og foredrag for næringsforeninger, for å øke kompetansen rundt bærekraft og etisk handel.



2

Fastsette fokus for rapporten

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

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

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, DYR, SAMFUNN OG MILJØ

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

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

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Levelønn/arbeidsforhold i leverandørkjeder for kaffe	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Barnarbeid Diskriminering Helse, miljø og sikkerhet Regulære ansettelses Korrupsjon	Kenya
Rett til å forhandle og organisere seg	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Helse, miljø og sikkerhet Lønn Regulære ansettelses	Kina Storbritannia Kenya Polen Romania
Arbeidsforhold i leverandørkjeder for tekstiler	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Helse, miljø og sikkerhet	Kina Litauen Polen

I 2023 har alle våre viktigste kommersielle samarbeidspartnere 156 stk (produsenter) signert på våre etiske retningslinjer. Dette er en vesentlig økning fra året før. Av disse har vi gjennomført aktsomhetsvurdering av 20 produsenter. Dette inkluderer over 100 produkter og/eller materialer, og disse utgjør opp mot 80% av vår omsetning. Et av selskapene (NCP) gikk konkurs i løpet av rapporteringsåret, og vil derfor ikke følges videre med mindre de videreføres.

I og med at vi er forhandler og ikke produserer varene selv. Møter vi i noen tilfeller uvilje i forhold til å oppgi leverandørkjeder og ikke minst foreta sosial audit og sosiale samtaler. Men vi mener å registrere en økt velvilje, forståelse og evne til å legge frem dokumentasjon og svare på forespørsler vedrørende etisk handel. Vi tror dette skyldes at det er mer vanlig å få disse henvendelsene enn tidligere fordi våre oppdragsgivere fokuserer på det. Vi tror også vår økte erfaring gjør at vi lettere kan argumentere for hvorfor slik informasjon må gis.

Vi vil også spesielt redegjøre for vårt arbeid med aktsomhetsvurderinger for produktet kaffe, hvor det er klart

størst fare for brudd på rettigheter blant segmentene vi jobber med.

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

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

a) Vi benytter EHNs risikokartleggingsverktøy som både tar utgangspunkt i landsrisiko og risiko knyttet til innsatsfaktor/produksjonsprosess. Verktøyet til EHN er basert på internasjonale anerkjente kilder. Bedriftens fagansvarlige samarbeider med bærekraftsansvarlig og fagområde ansvarlig for å velge hvilke produsenter og produkter som skal undersøkes. Vi analyserer omsetningstallene for hver produsent for å identifisere de mest betydningsfulle delene av virksomheten. Selv om alle aspekter av virksomheten vår er viktige å kartlegge, har vi prioritert de mest vesentligste samhandlingene – det vil si kjernevirksomheten og produsentene vi selv frontet og ønsker å distribuere. Kartleggingen bidrar til å danne et bilde av om leverandør har høy sannsynlighet for forekomst av brudd, og hvilke type brudd som kan forekomme. Videre danner dette grunnlaget for en strategi og prioritert arbeid. Risikokartleggingene oppdateres minst hvert andre år, og som regel årlig. I tillegg gjennomfører vi leverandørbesøk der vi følger oss spesielt risikoutsatte land og råvarer. Ved leverandørbesøk sparrer vi med Etisk Handel Norge og benytter deres verktøy i forkant for å definere relevante spørsmål til arbeidere og deres rettigheter, og hva vi bør observere spesifikt. Videre utfører vi undersøkelser på vegne av våre kunder. Flere av våre kunder er medlem av EHN og gjør selvstendige undersøkelser blant sine leverandører. Vårt formular i "Forms" basert på EHN malverk som skal sendes ut til våre leverandører i løpet av 2024 vil også gjøre det enklere for oss å identifisere risiko basert på svar fra leverandørene.

b) Rapporten dekker alle våre virksomhetsområder og avdelinger, med unntak av IT. Mens IT primært tilbys som en tjeneste, øker andelen salgbare produkter. Vi planlegger å inkludere IT i rapporteringen fremover, og vi vil innlemme IT i rapporteringen for 2024.

c) Informasjonen hentes fra våre produsenters bærekraftsansvarlige (eller lignende) kontaktpersoner og prosessen gjennomføres trinnvis. Vi har først rettet et skriv der vi informerer om våre aktsomhetsvurderinger (Våre etiske retningslinjer og krav er rettet på forhånd) og ønske om leverandørkjedekart. I Lindbak er ulike fagpersoner involvert i innhenting av informasjonen. Simon Morseth har ansvar for Interiør og tekstil, Keir Olsen har ansvar for teknologiutstyr som multifunksjonsutstyr og Simon Kahn har ansvar for kaffe og kaffeutstyr. Andreas Lotterud vil rapportere på IT-utstyr i 2024 rapporteringen.

d) Leverandørens egenrevisjoner kan potensielt være mangelfulle da de ikke alltid har den nødvendige informasjonen vi ønsker tilgjengelig. Derfor er det viktig for oss å etablere et samarbeid og oppfølging sammen for å sikre tilgang til den informasjonen vi ønsker.

Vi erkjenner verdien av å delta i sosial dialog innenfor underleverandørkjedene sammen med produsenten. Et eksempel er vår beslutning om å legge til en hovedleverandør av kaffe for å utvikle samarbeid med leverandører som gir bedre innsikt i leverandørkjedene enn det vi har klart å oppnå tidligere. Denne endringen har åpnet for sosial dialog i Kenya med denne nye hovedleverandøren for å sikre grundig forståelse av risikoelementene.

I tilfeller vi ser risiko for brudd på rettigheter, prøver vi å arrangere konkrete møter for vurdere risikobildet og se på faren for brudd på rettigheter. Vi jobber også med å komme mer ned i materien når det gjelder andre kaffeleverandører, og dette er et kontinuerlig forbedringsarbeid. Den nye hovedleverandøren har vist full åpenhet, og gjennom dialog med oss og Etisk Handel Norge har de forbedret dokumentasjonen av sitt arbeid. Dette har inkludert tredjepartssertifisering av både deres virksomhet og deres største kaffebonde. Resultatet er en Rainforest Alliance-sertifisert kaffe med full sporbarhet. Dette gir kundene trygghet om rettferdig betaling til kaffebonden, miljøvennlig produksjon, og andre positive aspekter.

I tillegg har leverandøren utarbeidet en plan for å sertifisere flere kaffegårder med Rainforest Alliance, samt å oppnå økologisk sertifisering der det er mulig. Vi har merket en økt respons på våre påvirkningsforsøk i 2023 sammenlignet med 2022, og vi forventer en enda mer presis rapportering fra våre leverandører i 2024. Byggende på våre tidligere erfaringer med sosial dialog på kaffegårder i Kenya, har vi til hensikt å anvende den opparbeidede kunnskapen og metodikken i lignende situasjoner. Dette vil gi oss en plattform for å bygge tillit, øke åpenheten og få tilgang til informasjon som kan være avgjørende for å danne et helhetlig og nøyaktig bilde av forholdene i våre leverandørkjeder.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

Under vår sosiale dialog identifiserte vi klimarisiko knyttet til jordbruk i Kenya. De vanlige kaffetyperne SL28 og SL34 er sårbare for tresopp, noe som kan være ødeleggende for kaffebondens inntekt. Staten og organisasjoner som KPCU jobber med nye varianter, som Baitan og Ruiru 11, for å styrke trærnes motstandskraft. Vi oppdaget også et kunnskapshull blant kaffebøndene angående jordbruk og trepleie. For eksempel visste mange lite om beskjæring, en praksis som styrker treenes motstand mot ustabil klima og tresopp. Vår evaluering viste at det er stor interesse blant bøndene for å lære mer, og vi planlegger å dele kunnskap for å støtte dem.

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

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

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

3.A Stanse, forebygge eller redusere

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

Prioritert negativ påvirkning/skade	Levelønn/arbeidsforhold i leverandørkjeder for kaffe
Overordnet mål :	Forbedre arbeidsforhold i leverandørkjeden for kaffe
Status :	Sosial dialog utført i Q4 2023 og arbeid er pågående.
Mål i rapporteringsåret :	Vi skal undersøke risikoområdet kaffe spesifikt ved å delta på sosial dialog med fysisk tilstedeværelse.

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

I 2023 har vi gått i dialog med Etisk Handel Norge for å kunne stille relevante spørsmål i sosial dialog med kaffebønder i Kenya. Ved å undersøke risikoområdet kaffe spesifikt og delta på sosial dialog med fysisk tilstedeværelse i Kenya antar vi at vi gjør et tiltak der vi får en mye bedre oversikt over arbeidsforholdene. Arbeidssituasjonen til kaffebønder i Kenya (som vi handler fra) har høy risiko for negativ påvirkning og vi vil gjøre tiltak med sikte på å ivareta rettighetene til våre handelspartnere.

I Kenya ble vi nærmere kjent med et kooperativ vi samarbeider med i Nyeri. Der møtte vi bl.a. en formann som er en erfaren kaffebonde og godt utdannet person. Kooperativet han har blitt formann for har tidligere hatt problem med korrupsjon, kvalitetsfall og generelt varierende drift. Ved å fokusere på likestilling, kompetanseheving og åpenhet har han klart å snu driften til å være positiv både med hensyn til både økonomi og kvalitet. Men kunnskapsnivået blant kaffebøndene er fortsatt alt for lavt innenfor agronomi og kaffeplantens behov. Gjennom å benytte kompetansen til lokale agronomer, ønsker vi å støtte et prosjekt hvor agronomene lærer opp kaffebønder når det gjelder god praksis i gårdsdrift. Tiltaket kombinerer både felles kurs hos kooperativet, og besøk hos kaffebøndene med lokal rådgivning. vi vil oppnå bedre og mer verdifulle avlinger som igjen forbedrer økonomien. Sunne sterke planter vil også sikre verdigrunnlaget.

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

Ved å fokusere på kunnskap vil vi fremover kunne observere utviklingen hos kaffebøndene vi samarbeider med. Mange mangler for eksempel kunnskap om beskjæring av trær, som styrker stammene og røttene, som da øker motstandskraften og økt kvantum og kvalitet på produksjonen. I tillegg opplevde vi at kaffebøndene hadde begrenset innsikt i pengestrømmen og verdien av sin egen råvare. Dette gjør dem sårbare for manipulasjon fra salgsagenter, eksportører og multinasjonale selskaper som utnytter kunnskapshullene.

Basert på disse innsiktene, har vi en unik mulighet til å støtte kaffebøndene ved å gi dem nødvendig kunnskap som de ønsker. Som kan bidra til økt kvantum og kvalitet i produksjonen, samt gi dem innsikt i verdien av sin egen råvare og sikre rettferdig betaling. Vi har fått fullt innsyn i regnskapet til en av kooperativene og de har stilt seg disponibel for de spørsmålene vi måtte ha rundt regnskapet. Med disse tallene, og etter noen nødvendige avklaringer, vil vi i 2024 grundig beregne og dobbeltsjekke at alle bøndene i kooperativet mottar riktig betaling, og vurdere om dette resulterer i levelønn.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Retten til å forhandle og organisere seg
Overordnet mål :	Bidra til at retten til forhandling og organisering er ivaretatt i leverandørkjeden
Status :	Pågår fortsatt.
Mål i rapporteringsåret :	Øke antall foretatte risikovurderinger fra 17 til 20 leverandører og fokus på retten til å forhandle og organisere seg.

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

Vi avdekte 6 produsenter med produkter som det er risiko for brudd på rettigheter. Vi har stilt spørsmål til disse vedrørende fare for brudd på tvangsarbeid, CBA og FoA, diskriminasjon og korrupsjon.

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

Hos de 6 produsenter der vi registrerte risiko for brudd på rettigheter lå risikonivåene fra 3-5. Størst risiko ble avdekt i forhold til CBA og FoA og grunnlaget for tallene baserer seg på EHN sin ressursdatabase for risikovurderinger. Informasjonen er nærmere beskrevet i rapporteringens vedlegg. Interessenter bes ta kontakt ved interesse for detaljert innsyn i dette. Risiko er knyttet både i forhold til råvare, produksjon og sammenstilling. De involverte landene er Kina, Storbritannia, Polen, Romania og Kenya. Vi vil i 2024 fokusere på å etterprøve risikoer som er >3 innenfor de vesentligste indekser.

Det er rettet spørsmål til samtlige produsenter som må gi tilbakemelding å hva de gjør for å ivareta disse rettighetene. Vi vil rapportere resultatene når vi foreligger, men frist for tilbakemelding er Q1-Q2 i 2024.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Arbeidsforhold i leverandørkjeder for tekstiler
Overordnet mål :	Forbedre arbeidsforhold i leverandørkjeden for tekstiler.
Status :	Lokal revisjon utført i 2023 og arbeid er pågående.
Mål i rapporteringsåret :	Følge opp tiltak og innspill fra vår samarbeidspartner på tekstilsøm og andre leverandører av tekstil.

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

Tekstilbransjen er en bransje som anses som risikofylt i forhold til leverandørkjedene. Vi har derfor utvidet vår rapportering til å gjelde de vesentligste gardin tekstilene som vi selger. Vi har også vært på lokal revisjon hos underleverandøren vår som syr gardinene, denne ligger i Romania. Som følge av vårt besøk har vi fått leverandøren til å gå med på fastansettelser i stedet for timeansettelser. Medarbeiderne får nå stille forslag via en forslagskasse som er anonymisert på bedriften. Vi har også doblet oppdragsmengden for å sikre dem tilgang på nok arbeid for å klare sine økonomiske forpliktelser og sikkerhet ovenfor de ansatte. I tillegg delte vår sømleverandør i Romania sine bekymringer angående det økende antallet reststoffer og avskjær fra produksjonen.

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

Vi har hatt årlig oppfølgingsmøte hos vår samarbeidspartner på tekstilsøm i Romania. De har en jevn god tilgang på oppdrag og vi har gjennom sosial dialog ikke avdekt forhold som vi vurderer som brudd på rettigheter. Vi vil imidlertid i fremtiden be om bedre svar og datagrunnlag i forhold til CBA og Foa, diskriminering og korrupsjon i og med at dette er risikoområder i Romania. I tillegg delte vår sømleverandør i Romania sine bekymringer angående det økende antallet reststoffer og avskjær fra produksjonen. I et tett samarbeid har vi sammen jobbet med tiltak for dette problemet. Løsningen ble utvikling av Lindbak RE-design, et konsept med produkter som inkluderer beskyttende trekk for stoler, skjermer for PC-er, og forkle for kaffeselgere, alt laget av restmaterialer og avskjær. Disse innovative produktene bestilles internt, og våre mange avdelinger gjør at man sikrer et betydelig volum, som gir reell innvirkning. I 2024 forplikter vi oss fortsatt til å ha fokus på dette bærekraftige konseptet.

Ved tidligere rapportering satte vi et tekstil i karantene i påvente av nærmere tilbakemelding fra produsentene. Tekstilet benyttes av svært mange produsenter og vi hadde ikke fått tilbakemelding og tilstrekkelig informasjon fra produsenten. Men vi har nå fått tilbakemelding på at produksjonsstedet er flyttet fra Kina til Litauen noe som reduserer risikoen for brudd på rettigheter i den grad at vi kan ta produktet ut av karantene. Dette er formidlet til våre ansatte og aktuelle samarbeidspartnere.

Andre tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

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

3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

I 2022 utarbeidet Lindbak sin tredje bærekraftsrapport (GRI) hvor selskapet blant annet rapporterer på sitt eget klimaregnskap og reduksjonstiltak som følge av dette. Blant annet er vi i en prosess for å erstatte hele bilparken med biler som kjører på el eller biodrivstoff. Alle våre lokasjoner skal etter hvert som leieavtaler løper ut flytte inn i BREEAM-sertifiserte bygg eller lignende.

Vi legger stor vekt på å bistå våre kunder med avfallshåndtering, enten det er emballasje rundt nye varer levert til kunde eller resirkulering av "utgåtte" produkter som skrivere, pc-er eller møbler. I forbindelse med dette, samt vårt eget forbruk på våre lokasjoner, har vi implementert gode rutiner for innsamling av EE-avfall, emballasje, batterier og lignende.

Plastkomponenter er merket og vil ved gjenvinning sorteres i fra type plast. Vi oppfordrer våre samarbeidspartnere til å benytte papp med høy grad av resirkulert materiale i de tilfeller papp benyttes til å beskytte produktene.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

De produktene vi selger, transporten og avfallet som dette konstruerer, og vår egen kontordrift og reisevirksomhet medfører klimagassutslipp og avfallsmengder. Våre kunder setter stadig høyere krav til hvordan vi jobber med å redusere klimaavtrykket. Vi ser en trend i at innkjøpere i større grad ønsker å rapportere på CO₂-avtrykkene til produktene, transport, bruk og avfall, såvel som CO₂-besparelser i gjennomsnitt. I den anledning har vi utarbeidet miljøregnskap for våre kunder, både i offentlig og privat sektor. Vår erfaring indikerer at vi er i forkant av lignende initiativer sammenlignet med andre aktører i vår bransje. Ved å gi en oversikt over CO₂-utslipp basert på ulike modeller med miljødeklarasjoner (EPD), bidrar vi til å redusere utslippene ved å gi aktive råd om hvilke produkter og modeller som har minst påvirkning på miljøet.

Lindbak har siden 2008 vært sertifisert som Miljøfyrtårn. Vår sertifisering dokumenterer gode rutiner i forhold til arbeidsmiljøtiltak og avfalls- og forurensningsproblematikk, og vi har nedgang i utslipp pr. årsverk hvert år. Vi rapporterer på alle våre lokasjoner og resultatene presenteres i en årsrapport og gjennomgås for alle ansatte på hver avdeling. Rapport(er) er også tilgjengelig for interessenter på forespørsel.

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

Vi videreutvikler og utvider strategien med nye innkjøpsmønstre. Målet vårt er fortsatt å bevege oss mot færre produsenter, noe som gir oss i større grad en bedre oversikt.

Vi lagerfører enkelte viktige produkter og bestselgere for å kunne avhjelpe kundene våre når det haster. Dette lagres lokalt på alle våre lokasjoner. På denne måten unngår vi at det blir for mye press på produsentene. Vi er under etablering med et sentrallager på Østlandet med formålet om å forbedre ruteplanlegging, redusere antall halvfulle kjøretøy og samle kompetansen på ett sted for hele Østlandet.

Den offentlige ordningen med å bruke opp penger på slutten av budsjettåret skaper unødig press på produksjonsleddet. Vi forsøker derfor å formidle varer som enten er lagerført hos oss eller hos produsentene. Denne handlingsmåten fra det offentlige skaper også utfordringer på personellsiden, i og med underkapasitet på montasje personell mot slutten av året og overkapasitet i første kvartal hvert år. Vi utreder dette for å se om vi kan finne en løsning som er bedre i forhold til arbeidsbelastning for personell og økonomisk forsvarlighet for bedriften. Vi foretrekker å ha egne ansatte og unngå bruk av innleid hjelp eller oppdrag på timebasis, da vi anser dette som uheldig både for arbeidstakernes forutsigbarhet og kvaliteten på tjenesten for kundene, samt som en uønsket løsning for arbeidsgiver.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Vi etterstreber alltid at produsentene vi samarbeider med har Type 1 Miljøsertifisering og Type 3 Miljødeklarasjoner. For å drive utviklingen og etterspørselen etter miljøvennlige produkter hos våre kunder har vi gjort tiltak for å enklere handle mer bærekraftig. Innenfor vårt interiørsortiment på nett har vi etablert standarden som vi kaller GRØNT VALG. Dette er produkter som har miljømerker av type 1. Vår grønne produktguide, tilgjengelig på vår hjemmeside og delt i sosiale medier, fungerer som en samling av mange produkter som oppfyller kriteriene for GRØNT VALG. I løpet av 2024 vil vi introdusere en GRØNT VALG-tag på produkter med miljømerke type 1 i vår nettbutikk. Dette initiativet vil gjøre miljøvennlige produkter enda mer tilgjengelige for våre kunder.

For kaffe og teknologi er det i tillegg en rekke andre merkeordninger som er sentrale. For kaffe er Rainforest Alliance/UTZ, Fairtrade og Cocoa Horizons tredjepartsertifiseringer som er anerkjent i sertifiseringsveilederen til Etisk Handel Norge. Så lenge produktene har 100% sertifiseringsgrad, og/eller annen form for 100% sporbarhet, kan vi foreta våre aktsomhetsvurderinger av produktene. Siden kaffe, kakao og sukkerproduksjon er forbundet med høy risiko er dette svært viktig innenfor fagområdet kaffe.

For printleverandører baserer vi oss i hovedsak på eksterne sertifiseringer som Ecovadis, ISO 26000, ESG Select Leaders, FTSE For Good, ISS ESG rating m.fl. Våre to største leverandører innenfor print har Ecovadis Gold sertifisering.

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

Lindbak anerkjenner og støtter retten til fri organisering og kollektive forhandlinger. Der lovverket ikke tillater dette støtter Lindbak aktivt opp om arbeiderrepresentasjon. Under vår sosiale dialog i Kenya besøkte vi flere kooperativer, vaskestasjoner og farmer. Vi fikk innsikt i at det kunne være betydelig gjennomtrekk av arbeidere på kooperativene, med varierende organisering og lønnsstrukturer. På ett kooperativ oppdaget vi at arbeiderne hadde tilgang til felles pauserom og gode sanitære forhold. Disse tiltakene var satt i stand etter at arbeiderne ytret ønske om det. De hadde en informasjonstavle og forslagskasse der arbeiderne kunne både få og gi informasjon og forslag. Vi vil i 2024 ha fokus på å dele disse tiltakene med andre kooperativer i Kenya. I tillegg til å ha fokus på å bidra med positive erfaringer og retningslinjer fra vårt arbeid i Lindbak som kooperativene kan eventuelt dra nytte av.

For print er dette ivaretatt av eksterne sertifiseringer.

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

Gjennom Lindbak Akademiet investerer vi i kompetanseheving for alle våre ansatte, hvor grunnleggende bærekraftsarbeid er sentralt. I tillegg gjennomfører vi mer dyptgående kompetanseheving for nøkkelressurser på alle lokasjoner i selskapet. Som blant annet våre bærekraftsambassadører og sirkulære rådgivere som deler kunnskapen videre med sine lokale kollegaer. Ukentlige salgsmøter, allmøter, samlinger og andre initiativer fungerer som plattformer for kontinuerlig kompetansedeling.

Ved å informere om kravene i den nye Åpenhetsloven og vår tilnærming til etisk handel, ønsker vi å bidra til kompetanseheving blant våre oppdragsgivere, inkludert kontraktsparter til kunder, daglige salgsinnkjøpere, interiørarkitekter og andre beslutningstakere for varekjøp. Lindbak er aktiv i ulike bransjesamlinger og lokale næringsnettverk over hele landet, der kunnskapsdeling er en viktig del av samarbeidet.

Vår erfaring med sosial dialog understreker verdien av dette arbeidet for å oppnå innsikt, bygge og bevare etisk forsvarlige leverandørkjeder.

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

Som en del av aktsomhetsvurderingene evalueres risiko for korrupsjon i leverandørkjedene. Internt gjennomfører vi en grundig gjennomgang av Lindbaks praksis under onboarding av nye ansatte. Denne gjennomgangen inkluderer en revisjon av bedriftens "Personalhåndbok" og "Regler om personlig adferd", hvor spesifikke tiltak for å forebygge korrupsjon er omtalt. I vårt digitale kompetanseutviklingsprogram, obligatorisk for alle ansatte, dekker også dette temaet og må avkrysses som gjennomført. I tillegg har vi fokus på å ikke delta på aktiviteter som ikke har faglig innhold.

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

Vi ønsker at våre løsninger og tjenester er med på å skape en bærekraftig fremtid på norske arbeidsplasser. Denne visjonen forplikter Lindbak til å endre forretningsmodell, fra en ren lineær modell til en mer sirkulær modell. Vårt hovedmisjon er å bidra med langsiktig verdiskapning for kunder, medarbeidere, aksjonærer og de lokalsamfunn hvor vi opererer. Gjennom rapporteringen og arbeidet med Global Reporting Initiative og Etisk Handel Norge, samt gjennom utvikling og kommunikasjon av vår Code of Conduct (CoC), jobber vi kontinuerlig med å forebygge og håndtere negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Vi tilbyr også LINDBAK Smidig Kontor, et sett med tjenester for selskaper som er i endring, og som har fokus på miljø og bærekraft. Vårt samarbeid med partnere som Møbelmeglerne som selger brukte møbler, REWO som skaper produkter av overskuddsmaterialer og vår sømleverandør i Romania som lager produkter av avkapp og avskjær, er en del av våre tiltak. Du kan lese mer om alle våre bærekraftsinitiativer på vår hjemmeside.

Lindbak deltar aktivt i dialogkonferanser i forhold til arbeidet med å redusere negativ påvirkning. Som ett eksempel har vi presentert vårt arbeid med sosial dialog i Kenya ovenfor ulike aktører. Eksempelvis har 6 av Lindbak sine ansatte laget en presentasjon av vårt arbeid med sosial dialog i Kenya og presentert dette for samarbeidspartnere og Næringsforeningen i Trondheim. Deltagere var ledende rådgivningsfirma, advokatbyrå, ulike næringslivsaktører, konkurrenter og offentlige ansatte.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

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



4.A Overvåking og evaluering

4.A.1 Beskriv a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere virksomhetens implementering og arbeid med aktsomhetsvurderinger, og hvordan evalueringen gjennomføres i praksis:

a) Daglig leder i selskapet og konsernet har det overordnede ansvaret for bærekraft og etisk handel i selskapet. Salgsdirektør og leder for offentlige anskaffelser har sammen med nyansatt bærekraftskordinator det overordnede ansvaret for arbeidet med Etisk Handel Norge. Arbeidet i det daglige oversees og ivaretas av bærekraftsavdelingen som inkluderer flere fra konsernledergruppen og utvalgte spesialister.

- Bærekraftsavdelingen er ansvarlig for å sikre gjennomføringen av strategiene og tiltaksplanene knyttet til EHN og det generelle bærekraft arbeidet.
- Rapporteringsansvarlig for hvert segment (Interiør, kaffe, Teknologi og It) er ansvarlig for overvåking og resultatene av tiltak. Disse rapporterer til daglig leder og bærekraftskordinator.

b) Vi gjennomfører faste møter som er satt i vårt årshjul i forhold til å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger. Deltagere på dette møtet er daglig leder, bærekraftskordinator og rapporteringsansvarlige innenfor hvert segment. I møtene gjennomgår vi blant annet handlingsplaner for generelt arbeid med aktsomhetsvurderinger og prioriterte risikoområdet. Videre blir fremdrift og korrigerende tiltak fastsatt og eventuelle vesentlige funn og endringer gjennomgått med styret for å saksbehandles.

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

Vi opplever en økt grad av sikkerhet med at arbeidet vårt med å redusere negativ påvirkning fungerer. Bakgrunnen for dette er at vi har økt antallet produsenter og produkter vi undersøker. Vi har sett at ved å sette enkeltprodukter i karantene har dette ført til positive endringer i leverandørkjedene, noe som har redusert faren for negativ påvirkning. Ved at vi har innført sosial dialog som et virkemiddel i å få innsikt i forhold i leverandørkjedene mener vi at vi sannsynliggjør i enda større grad at vi har innsikt og sannsynliggjør reduksjon i negativ påvirkning.



5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

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

5.A. Kommunisere eksternt

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

Etter fullført risikokartlegging samler vi alle funn i en tabell som inkluderer risikoer med en score fra 3-5. Vi henvender oss til produsenter som har disse scorene i leverandørkjeden og krever en redegjørelse for tiltakene de har for å sikre at risiko for brudd bortfaller eller reduseres. Produsentenes svar blir nøye vurdert, og dersom responsen er tilfredsstillende, lukkes risikoen. Ved utilstrekkelige svar og alvorlige feil iverksettes tiltak. Vi setter i første omgang produsenten under administrasjon. Eksempelvis vis de ikke leverer leverandørkjedekart, deretter hvis de ikke svarer på spørsmål om tiltak for å redusere risiko, eller hvis tilfredsstillende. Administrative tiltak er utvidede frister, deretter karantene på produkt, deretter karantene på produsent. Hvis ikke administrative tiltak virker, vil avvikling av samarbeidet være siste mulige virkemiddel. Dette er et virkemiddel vi jobber med å unngå, de vi er mer opptatt av å utvikle enn å avvikle samarbeid.

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

Lindbaks fremgangsmåte for kartlegging og håndtering av saker med negativ påvirkning eller skade er beskrevet i selskapets offentlig tilgjengelige retningslinjer. Vårt arbeid med Global Reporting Initiative (GRI) og bærekraftsrapporteringen blir aktivt kommunisert i anbudssammenhenger, kundemøter og i det generelle kommunikasjonsarbeidet til selskapet. Rapporten er tilgjengelig for alle interessenter og er også lenket i den digitale versjonen av våre etiske retningslinjer. Rapporten fornyes årlig og gjennomgår en uavhengig verifisering av tredjepart. Innholdet utarbeides med støtte fra revisjons- og konsultantselskapet BDO. Vår rapportering gjennom Etisk Handel Norge er et viktig bidrag til vår kommunikasjon med det offentlige. Alle rapporter år for år ligger tilgjengelige på vår hjemmeside.

Link til bærekraftsrapport: <https://lindbak.papirfly.no/readimage.aspx/asset.pdf?pubid=shq8WvzDNFoscB5-C3oyVQ>

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

Lenke til retningslinjer ift Åpenhetsloven:

https://lindbak.papirfly.no/readimage.aspx/asset.pdf?pubid=4dC5q6nX_I6l-fYuJIVpMg

Rutine for håndtering av eksterne henvendelser:

Alle henvendelser fra kunder eller andre interessenter knyttet til Åpenhetsloven og aktsomhetsvurderinger rettes til apenhetsloven@lindbak.no.

Det er viktig at henvendelser besvares innen tre uker (21 dager), uansett utfall om vurderingen om henvendelsen skal besvares:

- Forespørsler som etterkommes besvares iht. forespørselens nærmere innhold.
- Evt. informeres det om at virksomheten trenger mer tid på å svare og om hvem som er ansvarlig for oppfølging, maksimalt to måneder.
- Evt. avslag om informasjon begrunnes.

Loggførelse og arkivering av forespørsler og besvarelser samles:

- Sikrer konsistens og forenkler besvarelse av senere forespørsler.

Bærekraftskoordinator besvarer henvendelsene, ved fravær er det 4 stedfortredere. Stedfortredere er bærekraftsansvarlig, leder kaffe, direktør teknologi eller salgsdirektør interiør.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

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



6.A Gjenoppretting

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

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/skadene leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting.

Les mer her: <https://www.lindbak.no/etiske-retningslinjer>

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det er ikke tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden, men det er stilt spørsmål vedrørende risikoer som skal besvares i 2024.

Andre bemerkninger:

I forrige rapporteringsperiode valgte vi å stoppe kjøp av et tekstil og plassere det i karantene. I løpet av det siste året har produsenten flyttet produksjonen fra Kina til Litauen. Dette resulterer i at tekstilet nå tas ut av karantene. Imidlertid vil vi opprettholde overvåkning av dette produktet fremover, og vi planlegger å be om tillatelse til å besøke produksjonsenheten i Litauen.

I forhold til salg av gardiner har vi doblet uttaket til tekstilprodusenten vår i Romania. Dette bidrar til å trygge deres stillinger som ble endret til fast ansettelse som følge av våre sosiale dialoger med dem. Vi har avlagt oppfølgingsbesøk med dem i 2023 og vi vil følge dem videre årlig.

Vi venter også på tilbakemelding på funn av risikoer for brudd på rettigheter, dette følges også opp i 2024.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

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

System for varsling

- HR-sjefen fungerer som en kontakt utenom daglig lederstruktur for varslingssaker.
- Arbeidsmiljøutvalget (AMU) her en representant som kan ta opp varslingssaker og lignende.
- Anonym digital meldingsboks, der HR jevnlig oppfordrer til tilbakemelding med poengscore for ulike tema som gir de ansatte mulighet til å varsle ulike forhold.
- Medarbeidersamtaler som foretas 2 ganger pr. år.

Oppfølging av varsler i Lindbak

- Oppfølging av varsler i Lindbak styres av HR-sjefen, og avgjør hvem som følger opp saken basert på sakens grad og forhold.

Varslingskanaler i leverandørkjedene til Lindbak

- Lindbak stiller minimumskrav til sine leverandører angående arbeidstagers mulighet til varsling.

Kravene som stilles

- Det bes redegjort for hvilke varslingsmuligheter som foreligger på produsentens produksjonssted. Anonym postkasse eller lignende.
- Videre bes det redegjort for underleverandørers mulighet til å varsle på deres produksjonssted. Spørsmålet skal formidles og besvares av produsentens hovedenhet/produksjonssted. Anonym postkasse eller lignende?
- Har produsentene varslingskanaler overfor sine underleverandører?

Oppfølging av varsler

- Redegjørelse fra produsentens hovedenhet innhentes ved kartlegging av leverandørkjedene.

Kontaktinformasjon:

Lindbak AS
Simon Morseth - Salgsdirektør
simon.morseth@lindbak.no