



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig
forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2024

for Høyer Gruppen AS



*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, 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

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.

En av våre styrker er at vi 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 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

23.05.2025

Deltakere:

- Ørnulf Høyer (styrets leder)
- Charlotte Magnussen-Sørli (styremedlem)

Behandlingsmåte:

Rapport oversendt alle styremedlemmer digitalt for gjennomgang.
Styrets formann signerer på vegne av styret.

Saker:

Styret har behandlet om det skal gis godkjenning av dokumentet «*Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Redegjørelse rapporteringsåret 2024*» for Høyer Gruppen AS. Dokumentet er en rapport på virksomhetens arbeid med bærekraftig forretningspraksis og aktsomhetsvurderinger i tråd med UNGP og OECDs retningslinjer i 2024, som årlig skal innrapporteres til Etisk Handel Norge, og som dekker Åpenhetslovens¹ redegjørelsesplikt.

Ved godkjenning fra styret vil rapporten innleveres til Etisk Handel Norge innen rapporteringsfristen 18.00 den 01.06.2024.

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, på vegne av Styret

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

Oslo
13.02.2024

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

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 virksomhetens 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 helt eller delvis egneide butikker på Paleet og Sjølyst i Oslo, i Jessheim og i Sandnes gjennom underselskapet Retail & Branding, som også er franchisegiver for Høyers franchisebutikker.

Nettbutikken Høyer.no drives gjennom selskapet Høyer Online.

Høyer Gruppen har i 2024 investert og blitt majoriteteseier i PT Studio AS som forvalter merkevaren Pia Tjelta Studio.

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 datterselskapet Telling Stories AS.

Agenturene med selgere for By Malene Birger og NN07 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)

254 000 000

Antall ansatte

195

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Ja

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Investering i et nytt selskap, PT Studio AS, har lagt til en ny leverandør som er prioritert for konsernet da denne produserer varer som selges i majoriteten av Høyers butikker og franchiser. Det har i tillegg vært enkelte endringer fra Franchise til egneide butikker, og enkelte endringer i innkjøpsandel for butikker, men det har ikke påvirket aktsomhetsvurderingene. Kjøpssummer til våre eide butikker har blitt redusert noe, men et økt antall egneide butikker har i stor grad veid opp for denne reduksjonen når det gjelder totalt innkjøp.

Antall ansatte er ført som høyere enn i 2023, men har ikke reelt økt siden forrige rapport. Vi har valgt å inkludere deltids- og timesansatte nå også, da vi anser det for å være viktig å ha oversikt over hvor mange mennesker som potensielt kan affekteres av valg og endringer som tas i selskapet. Antall årsverk totalt i konsernet, inkludert egneide butikker og underselskaper utgjør i overkant av 54, med en fordeling på 79% kvinner og 21% menn.

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 virksomhetens 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 franchisetaker 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.

Det er i rapporteringsåret investert midler for å opprette et nytt selskap, PT Studio AS, som er deleid av Høyer Gruppen, og som selger varemerket Pia Tjelta Studio til Høyerbutikker og eksterne kunder. Dette selskapet er kun deleid av Høyer, og anses ikke som "egne merkevarer". Selskapet eier ikke sine egne produksjonsmidler, men har leverandørrelasjoner med enkelte av de samme leverandørene som Telling Stories. Dette nye selskapet og den tilhørende merkevarer Pia Tjelta Studio er prioritert for oppfølging på samme grunnlag som Telling Stories AS.

Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

309

Kommentar til antall leverandører

14% 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 veldig omfattende, da vi anser det for å være høyere risiko for brudd på menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i verdikjedene for produktene vi selger. Tjenesteleverandører er likevel kartlagt på bakgrunn av tilgjengelig offentlig dokumentasjon på samme måte som den overordnede risikovurderingen av vareleverandører.

Type innkjøp/ leverandørforhold

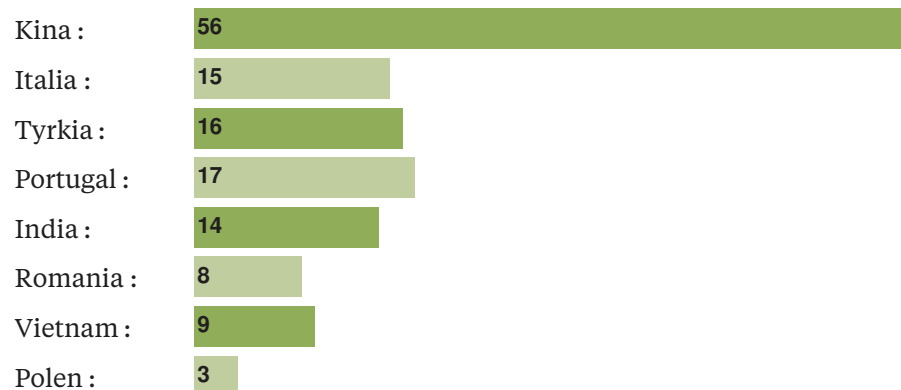


Denne vurderingen av leverandører er basert på alle leverandører av engros varer til butikker i Høyer, da dette utgjør den absolutt største delen av vår virksomhet, og der vi har størst påvirkningskraft. Vurdering av tjenesteleverandører er også tatt med i den overordnede kartleggingen og delvis i overordnet risikokartlegging dette året.

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.

Høyer er majoriteteseier i Pia Tjelta Studio som i denne sammenheng behandles som en leverandør av varer til butikkene som alle andre, men som med Høyers egne merkevarer, er dette også en prioritert leverandør uavhengig av innkjøpevolum.

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. Fokus er satt på leverandører som enten utgjør mer enn 1% av innkjøp i løpet av året for egneide butikker, er nye leverandører som er kommet inn i løpet av året, eller leverandører som ble vurdert for 2023 men vi ikke fikk oppdrevet tilfredsstillende informasjon fra. Med over 200 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 er lagt større vekt 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 hvert unike land merkevaren produserer i som en førsteleddsprodusent for å kunne danne en overordnet oversikt over landfordeling med begrenset informasjon.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

Antall arbeidere

11 320

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, og inneholder bare tall for de leverandører som har dokumentert antall arbeidere. 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. Antallet produsenter inkluderer produsenter som ikke har laget varer i 2024, men som har blitt kartlagt i påvente av utviklinger for og i 2025.

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
Ull	Australia
Produksjon/sammensetning/manufaktur av plagg	India

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 og benytter seg tilnærmet utelukkende av kinesiske råvarer, og andre- og tredjeleddsleverandører til denne produksjonen.

For Høyers egne merkevarer er 41 av 51 indentifiserte første- andre- og tredjeledds leverandører i Kina.

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: Gjennomføre Scope 1 og 2 klimagasskalkulering for Høyer Gruppen AS i henhold til GHG Protocol.

Status: Selskapet har hatt minimale utslipp i scope 1, da eneste kilde til utslipp, firmabiler, ble skiftet ut med elektriske kjøretøy i januar 2024. Scope 2 utslipp fra hovedkontor og egneide butikker og lokaler er beregnet til 17,56 tonn CO₂e, som er en absolutt nedgang fra 2023 med 7,4t CO₂e, eller 29,3%. Det er fortsatt mye usikkerhet i resultatene da beregninger er basert på finansiell data, men det har vært en stor reduksjon i bruk av elektrisitet i konsernet i rapporteringsåret.

2

Mål: 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.

Status: Vi har ikke oppdaget noen vesentlige brudd på våre retningslinjer hos prioriterte leverandører, og har ikke sett noen vesentlig økning av prioriterte risikoområder i løpet av rapporteringsåret. Vi har strømlinjeformet måten vi kan gjennomføre innledende vurderinger av leverandører gjennom bruk av AI-verktøy, og kan aggregere egenrapportering fra leverandører i korte sammendrag som gir en indikasjon på mulige risikoområder.

3

Mål: Fortsette opplæring av ansatte i bærekraftig forretningsdrift gjennom vårt e-læringssystem, med mål om 90% gjennomføringsgrad blant fast ansatte.

Status: Vi har gjennom året fortsatt opplæringen av de ansatte. Utsifting av ansatte som har gjennomført kursene og ansettelse av nye som behøver å gjennomgå kursene har holdt gjennomføringsgraden tilnærmet lik som tidligere år, på 60%

4

Mål: Tilføre bærekraft som vurderingskriterie ved innkjøp av merkevarer, og etablere dette som mulig avgjørende faktor når varer eller merker er like.

Status: Bærekraft er blitt et diskusjonstema i innkjøpsmøter og tas med i vurderingen av merkevarer. Innkjøpere har gjennomgått flytskjema for vurdering av nye leverandører og i rapporteringsåret har bærekraft blitt et automatisk tema i innkjøpsmøter, sammen med opprinnelse av varer, dokumentasjon på sertifiseringer med mere. Innkjøpernes kunnskap om materialer, produksjonsland og forbundede risikoområder har ved flere anledninger blitt avgjørende for om man tar inn varer eller ikke.

5

Mål: Øke andelen av mer bærekraftige materialer i egenutviklede salgskolleksjoner med 25% over forrige år.

Status :

Vi har ikke oppnådd dette målet i rapporteringsåret, i all hovedsak på grunn av at valutakurs, synkende ordrestørrelser og generell prisøkning har tvunget oss til å velge bort enkelte mer bærekraftige materialer. Vi har i stedet gjort en innsats for å benytte en større andel monomaterialer for å sikre at sirkulariteten i produktene våre er bedre oppretholdt.

6

Mål :

Forbedre måten vi kommuniserer arbeidet vårt med bærekraft gjennom analyser av touch-points med interessenter, merkeløsninger på nettbutikk for verifisert bærekraftinformasjon om enkeltprodukter, og direkte kundekommunikasjon gjennom kundeklubb og nettside.

Status :

Kommunikasjonen på nett og SoMe er generelt blitt bedre og jevnere. Bærekraft er i større grad et undertema i kommunikasjonen enn et hovedfokus, selv om enkeltsaker kan omhandle temaer tett forbundet med bærekraft. Vi jobber fortsatt med å finne gode løsninger for å kommunisere verifisert bærekraftsinformasjon på enkeltprodukter og leverandører, enten gjennom merkeløsninger eller andre kanaler. Arbeidet med dette vil fortsette inn i 2025.

Prosessmål for kommende år

1

Optimalisere bruken av AI for kontinuerlig oppfølging av eksisterende leverandører, vurdering av nye leverandører og arkivering og dokumentering av tiltak som er iverksatt, underveis og gjennomført. Dette inkluderer overvåking av norske og internasjonale samarbeidspartneres finansielle informasjon, selskapsstatus og omdømme, og en løpende overvåking av offentlig tilgjengelig informasjon om den enkelte leverandør. Vi samarbeider med vår AI-verktøy leverandør INANKO om hvilke behov vi har for å forbedre oppfølgingen i egen verdikjede og med fokus på tekstilbransjen, og vil jobbe tett med å forbedre kvaliteten på informasjonen vi kan få tilgjengeliggjort.

2

Ta i bruk nye surveys overfor leverandører for å dokumentere overholdelse av våre retningslinjer og krav, samt i større grad kartlegge leverandørers eget arbeid med bærekraft og ansvarlighet.

3

Øke eller opprettholde andelen mer bærekraftige materialer i egneide merkevarers salgskolleksjoner til/på 50%

4

Øke eller opprettholde andelen monomaterialer brukt i egneide merkevarers salgskolleksjoner til/på 60%

5

Øke presisjonen av klimadata vi samler inn for å forbedre evnen til å føre et korrekt klimaregnskap

6

Begynne kartlegging av scope 3 GHG Inventory og beregning av utslipp.

7

Begynne prosessen med å gjennomføre en dobbelt vesentlighetsanalyse i henhold til CSRD. Høyer Gruppen vil omfattes av CSRD for regnskapsåret 2026, men vi begynner planlegging allerede nå for å være godt rustet til å møte ESRS i god tid.

8

Forbedre måten vi kommuniserer arbeidet vårt med bærekraft gjennom analyser av touch-points med interessenter, merkeløsninger på nettbutikk for verifisert bærekraftinformasjon om enkeltprodukter, og direkte kundekommunikasjon gjennom kundeklubb og nettside (videreført fra 2024).



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 virksomheten offentlig om sine forpliktelser til å respektere mennesker, dyr, samfunn og miljø?

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, antikorupsjon, 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 prioriterte 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.

Policyen er tilgjengeliggjort på Høyers hjemmeside.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Arbeidet med aktsomhetsvurderinger er fordelt mellom aktsomhetsvurderinger i forbindelse med innkjøp av varer, i forbindelse med produksjon av egne merkevarer og for leverandører av tjenester. 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.

CSR-manager er hovedansvarlig for organisering av arbeidet med aktsomhetsvurderinger i Høyer Gruppen AS, inkludert tjesteleverandører, 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. I rapporteringsåret har vi tegnet en avtale med et nettbasert og AI-drevet arkiv, varslings- og kontrollverktøy som gir kontinuerlig oppdatering og varslings på offentlige og finansielle hendelser som påvirker leverandører, og som gir oss mulighet til å gjøre rudimentære ESG-evalueringer på leverandører basert på deres offentlig tilgjengelige informasjon, og definere hvilke områder som kan være aktuelle å undersøke nærmere.

Dette verktøyet ble tatt i bruk i slutten av rapporteringsåret, og arbeidet med å overføring/oppbygging av leverandørdata, saksmapper og ESG-rapporter er underveis.

Aktsomhetsvurderinger er gjennomført av CSR-manager og innkjøpere på eksterne merkevarer og egne merkevarer, med assistanse fra masterdata- og logistikkavdeling for informasjonsinnhenting.

Det er etablert en første iterasjon av flytskjema for vurdering av leverandører og varer. Disse verktøyene gjør det enklere og mer oversiktlig å vite hvem i organisasjonen som er ansvarlige, og når og hvordan de skal vurdere leverandører av varer og tjenester.

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

Policy er kommunisert til ansatte, egne butikker og til franchise, og det blir gjennomført oppdateringer på arbeidet på jevnlig franchisemøter 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 har jevnlig kontakt med ledelsen i konsernet og har korte kommunikasjonslinjer dersom tiltak må diskuteres, eller hendelser rapporteres.

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-manager 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. Samtidig gjøres det mye arbeid direkte i verdikjedene hos leverandørene, som letter arbeidet for innkjøpere og CSR-manager.

CSR-manager organiserer opplæring og informasjon innad i konsernet. Dette omfatter informasjon om aktsomhetsvurderinger, hvorfor de gjøres og prinsippene som legger grunnlaget for å gjøre aktsomhetsvurderinger, og er kommunisert og gjennomføres gjennom e-læringssystemet Motimate, som brukes av alle ansatte. Gjennom dette verktøyet kan det måles hvem som har lest informasjonen, og gjennom quiz og poengsetting kan vi bedømme om ansatte har tilegnet seg kunnskap. Dette verktøyet benyttes ved onboarding av nye ansatte for å sikre at de besitter den nødvendige kunnskapen de behøver for sin stilling.

1.C. Planer og ressurser

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

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 også gjøres en vurdering av nye merkevarer, og kontinuerlig følges opp de merkevareleverandører som ikke har bidratt med tilstrekkelig informasjon. Vurderinger tas også av varermerker som hovedsakelig kjøpes inn i franchisebutikker, selv om innkjøpssum er lavere enn 1% i Høyers egne butikker.

Det skal gjennomføres en overordnet vurdering for egne merkevarers produkter som utgjør mer enn 0,5% av det årlige innkjøpet fra Telling Stories, og en mer fokusert vurdering av egne merkevarer for enkeltprodukter som utgjør mer enn 1% av innkjøpssum per år.

Det er et mer langsiktig strategisk mål at alle leverandører skal ha blitt overordnet vurdert for risiko, men med overnevnte plan dekkes ca 70% av innkjøpsvolumet på eksterne merkevarer for 2024 og ca 83% av innkjøpssummen på egne merkevarer.

Alle nye leverandører som legges til i leverandørporteføljen fra og med 2024 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 og monomaterialer i egne merkevarer til et punkt der en majoritet av varer som presenteres i salgsmøter er laget av mer ansvarlige materialer, monomaterialer eller begge deler. Med ansvarlige materialer menes mer ansvarlige alternativer til konvensjonelle materialer - for eksempel Ecovero viskose over vanlig viskose, økologisk bomull over konvensjonell bomull, eller resirkulert polyester over konvensjonell "virgin" polyester. Med monomaterialer menes at produktet er laget av kun ett materiale, ekskludert detaljer som knapper o.l. som relativt enkelt kan fjernes før resirkulering.

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. Etterhvert som 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 falt på SBI. Vi har ikke identifisert noen direkte årsak til dette, men ser at majoriteten av virksomheter i SBI i samme bransje som også har falt på rangeringen som kan indikerer en mulig trend blant konsumentene.

1.C.2 Hvordan følges strategier og planer for bærekraftig forretningspraksis 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 har her rom for å bringe opp temaer som gjelder framgang i bærekraftarbeidet.

Strategien for bærekraftsarbeidet og den tilhørende handlingsplanen skal vurderes og justeres tre ganger per år (f.o.m. 2024) av COO, CSR-manager, innkjøpere, regnskapssjef og markedsdirektør.

Virksomheten vektlegger i rapporteringsåret å følge opp de sosiale kriteriene i vår policy, og har i tillegg påbegynt arbeidet med klima, miljø og bærerkraft da dette er en viktig del av den nye slogan *Conscious Living*, som firmaet forplikter seg til å etterleve.

1.D Partnerskap og samarbeid med leverandører og forretningsforbindelser

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

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.

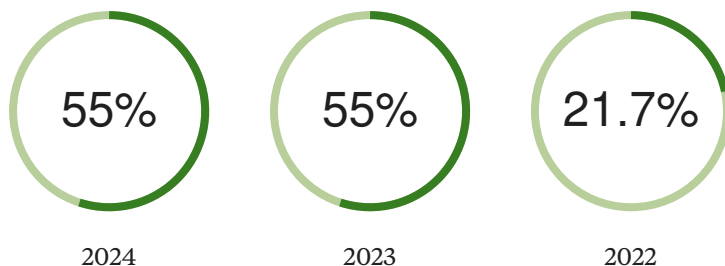
I første omgang vil det ikke være prioritert å følge nøye opp leverandører som allerede har vært medlemmer av Etisk Handel lenger enn 2 år, da deres Code of Conduct og deres arbeid med ansvarlighet og bærekraft vil være forenlig med våre verdier, og de skal ha oppnådd EHNs basisnivå for aktsomhetsvurderinger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

Våre retningslinjer for leverandører og code of conduct er tilgjengelig på våre nettsider:

<https://hoyer.no/retningslinjer/samfunnsansvar/>

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører



Dette er basert på prioriterte leverandører som er de som har fått tilsendt oppdaterte retningslinjer. Det inkluderer også de leverandører som allerede opererer med retningslinjer på lik linje med eller mer omfattende enn Høyer Gruppen.

Ingen økning her da det ble inkludert alle tjenesteleverandører også i denne vurderingen, pluss at nye leverandører ble lagt til i løpet av året.

1.E Erfaringer og endringer

1.E.1 Hvilke erfaringer har virksomheten gjort seg om arbeidet med bærekraftig forretningspraksis i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

2024 har på mange felter fortsatt trenden fra 2023, med geopolitiske så vel som lokale utfordringer. Selv om vi er godt ute av pandemien, så merkes etterdønningene fortsatt. Spesielt i Kina har det fortsatt vært etterslep, og mange produsenter merker effekten av dette fortsatt. Krig, inflasjon og store geopolitiske spenninger har lagt press på verdikjeder over hele verden.

Vi har sett at mange produsenter har større endringer i kundebasene sine, og en stor reduksjon i ordrevolum uavhengig av hvor de eksporterer til. Selv om dette medfører at leverandører kan være mer aksepterende av lave ordrevolum og mer hjelpeløse, så kan det også medføre økt press i verdikjedene, spesielt innenfor luksusvarer som klær.

Flere produsenter har flyttet større andeler av kapasiteten sin over til det lokale markedet, spesielt i Kina. Dette kan ha gitt en positiv bieffekt ved at tilgangen på mer bærekraftige materialer er bedre enn tidligere, også for små produksjonslinjer slik som for Høyers egne merkevarer. Dette har vært en hjelp i å flytte våre egne merkevarer over på mer bærekraftige råvarer som økologisk bomull, tencel og resirkulert polyester.

En potensiell negativ effekt av dette er at risikoen for outsourcing til underleverandører øker, da lokale markeder tar større andeler av kapasitetene og europeiske merkevarer utgjør en mindre prioritert del av produksjonsvolumet.

Utfordringene med å kartlegge og gjennomføre aktsomhetsvurderinger over en kompleks verdikjede har ikke blitt mindre, og dette har lagt grunnlaget for å introdusere nye AI-drevne verktøy for vurdering og overvåking av leverandørkjeden vår. Til tross for at dette letter deler av arbeidet, så er denne typen verktøy fortsatt i oppstartsfasen og ikke optimalisert for alle deler av oppfølgingen vår. Det vil måtte fokuseres videre på etablering av rutine for bruk, samt tett dialog med utviklere for å sørge for at vi får dekket de behov vi har. Videre må mye av informasjonen ettergås for å sikre at det er korrekt. Likevel ser vi at potensialet for å lette arbeidet rundt overvåking av egen verdikjede er stor.

Blant våre leverandører ser vi at det er skjedd endringer i hvor produksjonen skjer, og dermed også et skiftende risikobilde, men vi gleder oss over at flere og flere har økt fokus på bærekraft, transparens og ansvarlighet. Andelen leverandører som både er proaktive om oppfølging i sine verdikjeder, og åpne overfor oss om sine utfordringer og suksesser er økende. Vi har sett et voksende antall leverandører som publiserer redegjørelser ihht åpenhetsloven, og egne mer omfattende bærekrafts- og ansvarlighetsrapporter. Gjennom økt tilgjengeliggjøring av bærekraftsinformasjon fra leverandørene våre så øker også vår kunnskap og innsikt i hva som kan være utfordringer i deres verdikjeder. Følgelig kan risikobildet anses som noe redusert etterhvert som vi får mer dokumentasjon på arbeidet våre leverandører gjennomfører selv.



2

Fastsette fokus for rapporten

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

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

2.A Kartlegging og prioritering

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

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

2.A.1 List opp prioritert risiko for potensiell og/ eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Prioritert risiko	Relatert tema	Geografi
Bruk av for mye overtid i Kina	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Lønn Arbeidstid	Kina
Levelønn i Kina	Fagorganisering og kollektive forhandlinger Lønn Arbeidstid	Kina
Risiko for utnyttelse av Uyghur minoriteter i bomullsproduksjon	Tvangsarbeid Brutal behandling Marginaliserte befolkningsgrupper	Kina
Dyrevelferd for ull fra Kina og Australia	Dyrevelferd	Australia Kina

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

Da egne merkevarer har en betydelig produksjon av varer i merinoull som i stor grad kommer fra Australia, og normal saueull fra Kina, er dette lagt til som en prioritering.

Risikoområdene er i stor grad de samme som forrige rapporteringsår, da den overordnede risikoen og andelen leverandører som produserer i Kina ikke har endret seg vesentlig.

Innflytelse og tiltak forblir de samme som tidligere, men viser til noe gradvis forbedring.

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

2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den risikoen ble identifisert og prioritert b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i kartleggingen (produktgrupper,

egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert d) om det er identifisert områder hvor det er manglende informasjon for å vurdere risiko og hvordan dere vil gå frem for å få mer informasjon om dette.

Leverandører (merkevarer) over en viss prosentandel av innkjøpssum (1%) i løpet av et år utgjør 69,95% 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.

I tillegg vurderes leverandører som er nye i løpet av året, eller er prioritert fordi de er del av Høyers egne merkevarer, agenturer eller er tidligere vurdert men ikke fått tilfredsstillende tilbakemeldinger og følges opp fortsatt.

For egne merkevarer skal denne risikokartleggingen gjennomføres på produktbasis - alle produkter som utgjør mer enn 0,5% av innkjøpssummen i løpet av året skal vurderes på basis av opprinnelsesland, råvare og råvarens opprinnelse. Alle produkter som utgjør mer enn 1% av innkjøpssummen fra Telling Stories i løpet av året, skal vurderes nærmere.

Dette legger den totale innkjøpssummen fra vurderte leverandører til 70,1% av innkjøpet for 2024.

Telling Stories (egne merkevarer) utgjør ca. 7,5% av innkjøpssummen av varer på et år for Høyers egneide butikker, og ca. 4,2% av innkjøpssummen totalt inkludert franchisebutikker i Høyer. Det er dermed en av de største enkeltleverandørene til kjeden, og har gjennomført en egen risikoanalyse for sin leverandørkjede. Leverandørbildet til Telling Stories har ikke endret seg siden forrige rapporteringsår, så de individuelle produktene er produsert på samme fabrikker som fjoråret. Derfor er prioriteringene for egne merkevarer noe endret. De samme risikoområdene som 2023 er gjeldende for 2024, og arbeidet har stort sett fokusert på å innhente informasjon om fremgang som følge av tiltak som er tatt, samt å tilføye enkelte nye risikoområder for vurdering som ikke har vært fokusert på tidligere.

Leverandører som utgjør mindre andeler av årlig innkjøpsvolum, eller produserer i land med lavere risiko er ikke prioritert i 2024, 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. Enkelte leverandører er fortsatt under utredning til tross for at de ikke lenger er prioriterte leverandører, enten fordi arbeidet er godt i gang, vi bare venter på svar fra leverandøren, eller det er potensiale for å kjøpe mer i fremtiden.

Tjenester og tjenesteleverandører til hovedkontor og butikker, inkludert speditørtjenester er utelatt fra dypere risikoanalyse i rapporteringsåret, da varer utgjør en betydelig større andel av omsetningen i virksomheten, og påvirker trolig flere interessenter. Her er de vurdert hovedsakelig på basis av hva de har publisert av offentlig informasjon gjennom nettside eller andre kilder, eller i kommunikasjon med representanter.

Tjenesteleverandører er ikke ettergått nærmere da majoriteten enten opererer i land med lav risiko, rapporterer på tilfredsstillende måte gjennom egne kanaler, eller utgjør en så liten del av virksomheten til Høyer gruppen at de ikke kan regnes som vesentlige.

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 leverandør oppfølging, og bes oppgi resultater av egen aktsomhetsvurderinger og hvilke risikoområder som er oppdaget og hvilke handlinger som er gjennomført for å håndtere disse.

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. De prioriterte negative påvirkningene som er identifisert er basert i hovedsak på kommunikasjon med og revisjon av leverandører til Høyers egne merkevarer, og er overført som sannsynlige risikoområder for andre leverandører til Høyer som produserer i Kina.

Sedex SMETA og Amfori BSCI er hovedsakelig revisjonssystemene benyttet, og kontinuerlig oppfølging over

mail, telefon og gjennom besøk til prioriterte leverandører har utfylt informasjonsinnhenting.

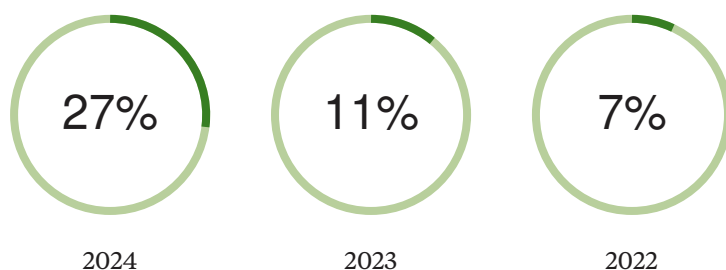
Etterhvert som prioritert risiko blir vurdert og tiltak utført kan det være andre prioriterte risikoområdet som blir mer aktuelle å undersøke. Vi har en aksept for at vi ikke kan håndtere alle potensielle risikoer på en og samme tid, og har derfor valgt områder som identifiseres via generell risiko basert på landbaserte risikoanalyser via det nederlandske verktøyet morisicochecker.nl 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.

Alle leverandører er lagt inn i vårt nye skybaserte oppfølgingsverktøy, og for norske leverandører av for eksempel tjenester, så får vi automatisk oppdateringer dersom det skjer offentlige eller tinglyste endringer som kan ha negative konsekvenser for leverandører eller kunder (eksempelvis konkurser og rekonstruksjoner, negativ medieomtale, endringer i organisasjon og styre m.m). Det har ikke blitt oppdaget noen vesentlige risikoområder blant tjenesteleverandørene våre i rapporteringsåret.

Det må erkjennes at det er enkelte leverandører som er mer utfordrende å oppdrive informasjon fra enn andre. Høyer har derfor opprettet egne retningslinjer og rutiner for de som følger opp leverandørene, som gir et utvalg av kanaler som kan benyttes til å innhente informasjon, enten det er gjennom direkte kontakt, indirekte informasjonsinnhenting, interessentkontakt eller andre kanaler. Kun dersom alle kanaler er utprøvd uten hell skal saker eskaleres videre i systemet og samarbeidet med leverandøren vurderes nærmere av ledelsen i konsernet.

Indikator

Andel leverandører i risikofylte leverandørkjeder som er kartlagt

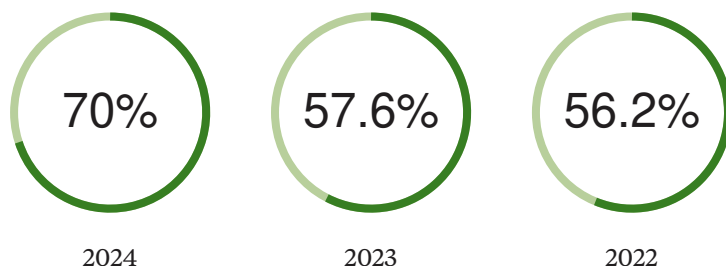


Alle leverandørkjeder involvert i tekstilproduksjon er til noen grad risikofylt, men vi har prioritert basert på innkjøpssum for alle sesonger i løpet av året. Innkjøpssummene per leverandør har vært mer fokusert i 2024, og de prioriterte leverandørene står for en større andel av innkjøpssummen enn tidligere år. De prioriterte vareleverandørene til Høyers egne butikker utgjør 27% av leverandørbasen, og står for 70% av varekjøpet.

Francisebutikkene i Høyerkjeden har et større antall leverandører, men disse er i større grad leverandører til enkelte eller kun noen få butikker, og utgjør ikke en vesentlig andel av det totale innkjøpet i kjeden. Prioriterte leverandører fordelt på alle butikker, inkludert franchise, utgjør 9% av leverandørene, og representerer 55,7% av det totale varekjøpet.

Fordelingen over hvilke land som er involvert i de ulike verdikjedene er tilnærmet lik for 2024 som for 2023. Den generelle trenden er at ca 9% av leverandørene står for over 55% av innkjøpet til kjeden som helhet. En grundig gjennomgang av alle vareleverandører er ikke praktisk gjennomførbart, men omfang og vesentlighet for de leverandørene som står for under 1% av varekjøpet anses som lav.

Andel av innkjøpssum representert av kartlagte leverandører



Antallet leverandører er sunket i 2024, og innkjøpssummene er skiftet i større grad mot de prioriterte leverandørene, der det er kjøpt dypere.

Derfor er andelen varekjøp hos prioriterte leverandører til Høyers egen butikker betydelig høyere i 2024 enn i 2023.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

Våre egne merkevarer gjennom Telling Stories benytter ulike innsatsfaktorer som kan forbedres på miljømessig grunnlag. Med en intensjon om økt fokus på miljømessige risikoer i dette rapporteringsåret har det vært planlagt å redusere det miljømessige avtrykket fra Høyers egne merkevarer. Mange av disse varene er produsert i Kina, der vannmangel og forurensing 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 og BCI-cotton som benytter mindre vann enn konvensjonell bomull. Telling Stories har jobbet med å redusere egen risiko for miljøskade ved å øke andelen mer ansvarlige materialer i sine salgskolleksjoner, og Høyers innkjøpere fokuserer i større grad på å kjøpe inn varer som er tilvirket på mer ansvarlig vis.

Vi har gjennom samtaler med noen av de største leverandørene av merkevarer til Høyer identifisert at flere opplever ulovlige mengder overtidssarbeid som en kontinuerlig risiko i Kina. Disse leverandørene har tatt grep for å håndtere denne risikoen ved å forbedre egen planlegging og forecasting til produsentene, samt å skaffe seg innsyn i produksjonskalenderen slik at de kan forsøke å legge sine ordre utenom de travleste periodene. I tillegg har de valgt ut NOS/ helårsvarer som har mer fleksible produksjonstidspunkt, og legger produksjonen utenom peak seasons. Disse leverandørene vurderer effekten av tiltakene fortløpende.

Vi har gjennom samtaler med garnleverandører identifisert en risiko forbundet med dyrevelferd i Australske verdikjeder for merinoull, og tatt grep for å redusere risikoen for at våre produkter lages med ull fra merinosau som er utsatt for mulesing.



3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

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

3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Beskriv mål og status for de tiltakene virksomheten har iverksatt for å redusere prioritert risiko

	Bruk av 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 nærmere 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.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

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 rapporteringsåret og løpende i tiden fremover.

En utfordring med denne metoden er at mange leverandører ikke har oppgitt opprinnelsesland i sine masterdata. Nye krav er stilt til leverandørene og kvaliteten på masterdata har økt i

rapportereingsåret til det punkt at vi kan oppdrive overordnet opprinnelsesland for alle prioriterte leverandører. En kontinuerlig komplikasjon er fortsatt at masterdata gjerne ankommer samtidig som varene, og medfører at risikovurderinger for varer basert på landrisiko ikke kan gjøres før varene allerede er ankommet eller straks ankommer. Dermed er hovedvekten av risikovurderinger gjort i ettertid, sent i rapporteringsperioden. De fleste prioriterte leverandører er kontaktet via agenter og selgere, noe som medfører varierende nivå på informasjonen vi mottar. Her kan det bli nødvendig å identifisere andre interessenter som kan skaffe informasjonen vi behøver, om vi kan oppdrive informasjon tidligere i året, og undersøke muligheten for andre måter å identifisere risiko på utenom opprinnelsesland. Produksjonsland har ikke endret seg vesentlig for de fleste leverandører, men hos enkelte vil det være til det positive (større andel produksjon i lavrisiko land) mens hos andre kan det øke risikoen (økt produksjon i land med høy risiko).

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 flere av våre største produsenter som har registrert overtidstimer utover det som er lovlig i Kina. Vi anslår at det har vært en svak nedgang i antall overtidstimer brukt hos de viktigste leverandørene, men ikke på et nivå som kan regnes som statistisk signifikant.

Her har vi kontaktet representanter for fabrikkene for å identifisere årsakene til overdreven overtid - 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. All overtid vi har dokumentert gjennom revisjoner (dvs gjennomgang av timelister og intervjuer gjort med ansatte) og gjennom kommunikasjon med leverandørene selv er oppgitt som frivillig og ønsket. Vi har ikke oppdaget noen tilfeller av at arbeidere har opplevd tvungen overtid, og overtidsarbeidet er kompensert med høyere lønn. Der det har vært nedganger i bruken av overtid har det ikke forligget klare årsaker til dette, men det er mulig at noe av det er som følge av økt fokus fra kunder på akkurat denne problemstillingen.

Vi har benyttet revisjoner fra BSCI og SEDEX for Telling Stories prioriterte leverandører, og etterspurt Corrective Action Plans fra alle fabrikkene der det er dokumentert for mye overtid. Vi har også 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. Gjennom nøyere kolleksjonsplanlegging iverksetter Telling Stories tiltak for å gi tydeligere indikasjoner på produksjonsvolum tidlig, slik at planlegging skal være enklere, og produksjonen kan skje uten uforutsette endringer som kan påvirke arbeidstiden til arbeiderne. De corrective action plan som er undersøkt for rapporteringsåret viser delvis fremgang på bruken av overtidstimer gjennom bedre planlegging og bevisstgjøring, men det betyr ikke nødvendigvis at overtidstimerne har gått nevneverdig ned.

Hos flere 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, men har ikke sett direkte effekt av disse tiltakene utover at leverandørene fremsittler det som en positiv faktor som gir dem mer fleksibilitet og lavere arbeidsmengde for samme fortjeneste.

Vi har 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. Denne leverandøren har flere fabrikker, og disse har ulik bruk av overtid og lønnsnivå, men samme eiere. Gjennom samtaler med leverandøren har vi funnet ut at fabrikkene som betalte levelønn med lav overtid benyttet seg av høyt utdannede arbeidere, samt har en beliggenhet i en dyr del av byen den ligger i. Det fremstår som at levelønnsutbetalingene er basert på de tekniske ferdighetene til arbeiderne, som tydeligvis har mange

muligheter å gå til. Det høyere lønnsnivået medfører dermed også et begrenset behov for å jobbe overtid for å få endene til å møtes.

For fabrikkene som ikke betalte levelønn var situasjonen mer kompleks, men essensen var at arbeiderne ikke bodde i nærheten av fabrikkene, der levelønnskalkuleringen var høy. Der arbeiderne faktisk bodde var levelønnskalkuleringen lavere og lønningene deres rakk mye lenger.

I et tredje tilfelle av manglende utbetaling av levelønn, var situasjonen at arbeiderne hadde dekket bolig og måltider på fabrikkene, og dermed rakk lønningen relativt sett mye lenger. I flere andre tilfeller er lønnen som utbetales fast under levelønn, men arbeiderne mottar "faste" bonuser ved høytider og festivaler som hever lønnen til et mer akseptabelt nivå.

Vi identifiserte også en annen leverandør som hadde høye nivåer av overtid, men som kunne vise til kontinuerlig nedgang i bruken av overtid i løpet av rapporteringsåret. Gjennom samtaler med leverandøren har det kommet fram at overtidssarbeidet hovedsakelig var et resultat av at fabrikkene var relativt nyoppstartet og manglet arbeidere i første halvdel av året, men med bedre planlegging, flere arbeidere og investering i mer effektive og moderne maskiner så klarte fabrikkene å komme seg ned til lovlig mengde overtid i Oktober 2023. Dette er en indikator på at riktig bemanning og planlegging er essensielt for å redusere bruken av overtid.

13 identifiserte leverandører i Telling Stories verdikjede er sertifisert med materialsertifikater som GOTS, GRS, RWS osv. som medfører måling på sosiale og miljømessige kriterier, heriblant overholdelse av krav om overtid. Disse gjennomgår da jevnlig revisjon og forpliktes til å overholde de samme arbeidstidskrav som vi pålegger dem. Vi har i 2024 etterspurt scope certificates for de fabrikkene som innehar dette, men har ikke mottatt fra alle.

Pia Tjelto Studios majoritetsleverandør som representerer 80% deres produksjonsvolum i rapporteringsåret, har GOTS sertifisering på alle sine fabrikker, inkludert den Pia Tjelto Studio produserer på.

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

Telling Stories har identifisert de verktøyene som har gitt effekt, og forsøker å belønne leverandører som overholder eller viser forbedring på overtid med større ordre. Disse leverandørene viser også til økt leveringspresisjon og mindre komplikasjoner i utvikling og produksjonsprosessen.

Samtidig har vi også gjort tiltak for å forbedre egen planlegging med tydeligere kolleksjonsplaner og en bedre fordeling av produksjon mellom leverandørene for å kunne gi dem en mer forutsigbar produksjonsprosess og gi oss mer forhandlingsrom. Tiltak som å redusere antall leverandører og gi større volum til færre gjør at vår påvirkning kan bli bedre.

Vi har utvidet leveringsvinduet vårt på enkelte kundeleveringer, for å kunne tilby leverandørene noe mer fleksibilitet på å booke kapasitet i produksjonslinjene sine. Dessverre ser vi at geopolitiske situasjoner medfører at disse bufferne blir spist opp av situasjoner som den pågående situasjonen i suez-kanalen. Det er derfor usikkert hvor mye ekstra fleksibilitet vi kan tillate i 2025-leveransene som kommer.

Gjennom samtaler med den agenten som representerer majoriteten av Telling Stories' produksjon har vi fått indikasjoner på at Telling Stories generelt er tidlig ute med utvikling, ikke lager for mange vareprøver, og som et resultat ikke presser produsentene unødig på levering eller på sample rooms. Dette kan tolkes som at de tidsplanene som TS har satt opp for utvikling og produksjon har noe effekt, og at det er andre, større aktører som er mer definerende i hvor mye overtid som brukes på fabrikkene.

En av de leverandørene til Telling Stories som har hatt mye overtid, har vi fått informasjon om at utvider sitt sample room og ansetter flere, inkludert flere i kommunikasjonslinjene med Telling Stories. Vi vil vurdere om dette påvirker overtiden og leveringspresisjon i positiv retning gjennom tydeligere kommunikasjonslinjer og høyer kapasitet.

Vi har allerede identifisert andre interessenter som benytter de samme fabrikkene som Telling Stories, og ønsker nå å samarbeide om å finne en løsning. Gjennom besøk til noen av de viktigste leverandørene til Telling Stories i Kina i November 2023 har vi begynt å bygge et bilde av andre merkevarer som vi kan åpne kommunikasjon med.

	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 minstelønnten, men flere av dem betaler ikke levelønn. Kartleggingen er ikke ferdig av alle leverandører. Det gjenstår arbeid på leverandører til Høyers egne merkevarer og det mangler også åpne kommunikasjonslinjer med flere andre prioriterte merkevareleverandører til Høyer.
Mål i rapporteringsåret :	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.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Kartleggingen av Telling Stories leverandører tar utgangspunkt i lønnsinformasjonen som dokumenteres gjennom revisjoner gjort gjennom Amfori BSCI, SEDEX og WRAP. Det er tatt utgangspunkt i eksisterende revisjoner, hvorav noen er eldre og ikke gir helt oppdatert informasjon. Det er etterspurt nyere revisjoner for å etablere mer presise tall. Våre datasett oppdateres ettersom nyere informasjon blir tilgjengelig.

Gjennom revisjonene kommer det fram at mange leverandører som ikke betaler levelønn ikke viser forståelse for hva levelønn vil si, eller har systemer på plass for å kalkulere denne. Denne manglende forståelsen ligger hos ledelse så vel som hos arbeidere.

Vi har jobbet med å identifisere andre årsaker til manglende utbetaling av levelønn, spesielt hos leverandører som har tilgjengelige policies som arbeiderne har tilgang på, og som viser lønnsnivå og utregninger. Mange arbeidere er migranter fra andre deler av Kina som har lavere levekostnader, og kan i noen tilfeller tjene det som tilsvarer en levelønn der de bor, eller der de reiser hjem til etter en periode med arbeid. Andre kompenserer for lav lønn med ekstra timer, som knyttes direkte til utfordringen med ulovlige mengder overtid i tilnærmet alle kinesiske leverandørkjeder.

Det er mulig at arbeidere som får sine behov dekket ved å jobbe ekstra timer, er mindre insentivert til å kreve levelønn.

Vi ser at det jevnt over er en sakte økning av lønnsnivå på tvers av leverandørbasen. Dette er muligens på grunn av økt press fra kunder så vel som arbeidere, og en årsak og et resultat av økt kjøpekraft i Kina.

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. Det er ikke oppdaget noen forfalskede scope certificates i rapporteringsåret.

1 av 4 Tier 1 leverandører til Pia Tjelta Studio har GOTS sertifisering for sine fabrikker, men denne leverandøren har i rapporteringsåret stått for omtrent 80% av produksjonen for merkevaren Pia Tjelta.

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. Der vi ser at leverandører jobber aktivt med dette etterspør vi informasjon for kartlegge nye og bedre metoder som vi kan benytte andre steder i våre leverandørkjeder.

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

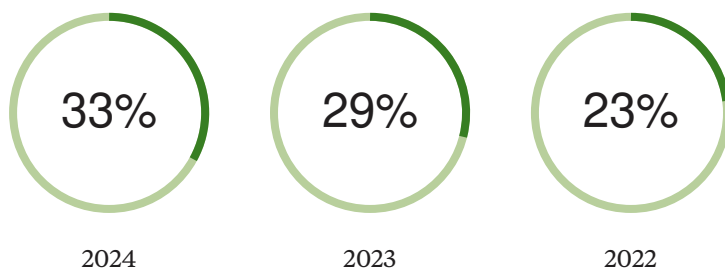
Innhentet revisjoner av lønnsnivå på prioriterte leverandører til Telling Stories for å kartlegge om det er flere av dem som allerede betaler levelønn, eller om det er skjedd forbedringer siden forrige revisjon. Det er ikke alle produksjonsfasiliteter som har revisjoner som inneholder lønnsdata, eller hvor revisjoner er gjennomført innen et tidsrom hvor det er verdifull informasjon å hente.

Vi har lønnsinformasjon fra 17 av 22 førsteleddsleverandører for Telling Stories hvorav 15 er i Kina. 5 av disse betaler levelønn. 6 av 10 leverandører som ikke betaler levelønn, betaler mer enn minstelønn. 4 av leverandørene betaler minstelønn. Vi vil derfor 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.

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

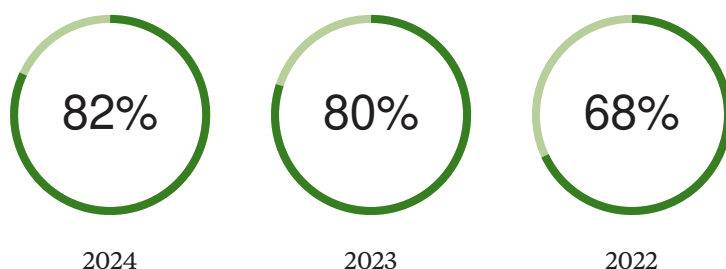
Andel av Telling Stories' kinesiske førsteleddsleverandører som betaler levelønn



Andel av kartlagte Kinesiske førsteleddsleverandører til Telling Stories som vi har lønnsdata fra og som vi har dokumentert betaler levelønn. Vi jobber kontinuerlig med å hente inn mer lønnsinformasjon slik at datagrunnlaget vårt blir mer omfattende.

Alle leverandører som er innhentet lønnsdata fra betaler lovlig minstelønn eller høyere. Det er ikke identifisert noen leverandører som ikke oppnår minstelønn.

Gjennomsnittlig oppnåelse av levelønnsnivå hos leverandører av Høyers egne merkevarer som ikke betaler levelønn

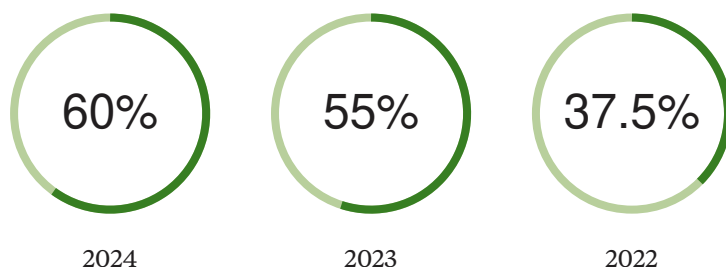


Vi bruker dette som en indikator på hvor langt unna vi er levelønn hos leverandørbasen som ikke har nådd målet om levelønn enda. Tallet er et gjennomsnitt av oppnåelsen av levelønn hos alle leverandører til Høyers egne merkevarer som vi hadde lønnsinformasjon om i rapporteringsåret, men som ikke betaler levelønn per dags dato.

Enkelte leverandører har beveget seg fra å ikke betale levelønn i 2023 til å betale levelønn i 2024, og andre har økt andelen av levelønn de betaler. Gjennomsnittlig oppnåelse av levelønn hos alle leverandører vi har lønnsdata fra har økt noe i 2024.

Der hvor vi har tilgang på data på flere ulike lønnsnivåer innad i samme virksomhet er det brukt det laveste lønnsnivået for å beregne oppnåelse av levelønnsbetaling. Det er noe usikkerhet forbundet med andelen arbeidere som mottar de ulike lønnsnivåene.

Andel av Prioriterte leverandører som har egen policy som innholder arbeid for levelønn eller krav om det i deres leverandørkjeder, eller har signert Høyers policy for å jobbe for levelønn i sine verdikjeder



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.

	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 Research Service) Av de prioriterte merkevarerne som leverer til Høyer sine butikker, har 37,5% av dem Kina som største produksjonsland, også inkludert bomullsvarer.
Mål i rapporteringsåret :	Øke identifiseringsgraden for opprinnelse av bomullen som benyttes av Telling Stories/egne merkevarer som kommer fra Kina. Gjennom Telling Stories' Sustainable Materials Strategy øke andelen mer bærekraftige materialer i salgskolleksjonene, og dermed også øke andelen av mer sporbar bomull. 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. Handle større andel sertifisert bomull.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

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 alltid 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.

Produkter som har bomull som hovemateriale i Telling Stories aktsomhetsvurderinger utgjør 11% av de prioriterte produktene for risikovurdering i rapporteringsåret. Det 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 konsolidert flere produkter over på samme kvalitet, slik at vi kan produsere eget stoff i stedet for å kjøpe fra markedet, eller bytte til mer sporbare råvarer. Det gir oss minimum ett ekstra ledd med sporbarhet, og mulighet til å stille mer spesifikke krav til råvarene brukt i materialet. Vi har flyttet majoriteten av våre base t-skjorter over til GOTS-sertifisert bomull, og flere av våre strikkeprodukter til å bruke garnleverandører som innehar GOTS sertifisering og dermed er ansvarlig for å kontrollere de sosiale forholdene i bomullens verdikjede. Majoriteten av strikkevarer på herre på vår bruker GOTS Organic bomull.

Selv med høyere andel mer bærekraftige materialer og flere sertifiseringer så ønkser vi å øke sporbarheten i den bomullen som ikke enda er sertifisert og sporet.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt 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.

Vi har økt andelen sertifisert bomull gjennom leverandører som besitter de riktige sertifiseringene. Vi har gjort dette ved å kjøpe inn større volum med materialer for basevarer og repeat styles og legge på lager for produksjon i kommende sesonger. Selv uten en egen GOTS sertifisering så vil Chain of Custody lede til vår førsteleddsprodusent, som betyr at vi som minimum vet at det har foregått due diligence i verdikjeden til råvaren.

Kartlagt 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.

	Dyrevelferd for ull fra Kina og Australia
Overordnet mål :	Redusere risiko for bruk av ull fra sau som er utsatt for mulesing spesifikt eller andre inngrep som fører til negativ dyrevelferd.
Status :	Vi har ikke hatt konkret informasjon om at ullen vi bruker kommer fra sau som er utsatt for mulesing, men merinoull fra australia har en høy risiko for mulesing.
Mål i rapporteringsåret :	Kartlegge vår største og viktigste leverandør av merinoull og arbeidet deres med dyrevelferd, og kartlegge risiko for mulesing, samt utforske hvordan vi kan sikre oss at vi ikke bruker ull fra sauer som er utsatt for mulesing.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Vi har arrangert møter med representanter for garnleverandøren, og avklart våre posisjoner om dyrevelferd, kjemikaliebruk, miljøpåvirkninger og ønsker om sertifiseringer av garn.

Vi har mottatt signerte erklæringer fra leverandøren om deres arbeid med dyrevelferd og deres forpliktelse til å følge de 5 frihetene som er spesifisert i våre retningslinjer, samt å forplikte oss til å følge rekkevidde kjemiske forskrifter i den grad det er mulig gjennom deres testordninger. De har innrømmet at de ikke tester for alle kjemikalier som finnes i vår RSL, men det er generelt lav risiko for farlige kjemikalier over grensene vi har satt. Vi har også fått deres etiske retningslinjer som dekker de fleste av våre krav og gir dem en generelt høy ESG-score. Leverandøren er ISO 14001-sertifisert, samt GOTS, RWS, RMS, GRS og Bluesign.

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

Sertifiseringer er ikke et sikkert kort når det kommer til dyrevelferd, da selv velkjente sertifiseringer som RWS ikke nødvendigvis legger noen føringer på mulesing. I mange tilfeller vil også ull fra ulike gårder benyttes i de samme garnene, og det betyr at noe av ullen kan være mulesing fri mens noe ikke er det. Uten et Chain-of Custody-sertifikat eller lignende sertifisering på mulesing-fri ull er det vanskelig å være helt sikker. Men ved å vurdere å kjøpe sertifisert mulesing-free ull kan vi bidra til å gjøre dette mer populært, bygge et større marked for denne typen ull, og i det lange løp bidra til å gjøre alternative og mer dyrevennlige måter å behandle og forhindre parasittinfeksjoner mer tilgjengelige for flere.

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

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 tatt opp til evaluering om vi skal innrette vår RSL etter AFIRM RSL for en mer størmlinjeformet, omfattende og hyppigere oppdatert RSL. Dette vil i så fall skje i 2025.

Det er lagt et strategisk mål for Telling Stories å øke andelen av mer ansvarlige materialer i sine merkevareer med 25% per år. Det var en stor økning fra kolleksjonene utviklet i 2022 til de som ble utviklet i 2023, men deretter en mindre økning for kolleksjonene som ble utviklet i løpet av 2024. Selv om 25% økning YoY ikke ble nådd så er vi fornøyd med å ha hatt en total økning fra 12% til 31% på to år.

Det vil være naturlig at det blir vanskeligere å oppnå målet ettersom den faktiske andelen øker, så det har blitt avgjort at vi endrer dette til et absolutt mål om å presentere over halvparten av produktene i våre salgskolleksjoner i enten mer bærekraftige materialer, monomaterialer eller begge deler.

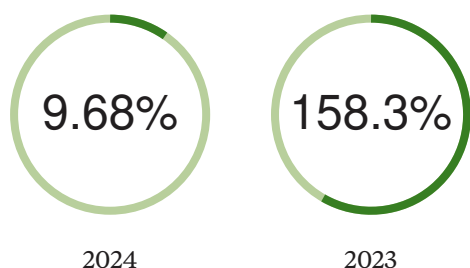
Telling Stories etterspør informasjon om tilgjengeligheten på fornybar energi, og på vannrensesystemer for alle våtprosesser (vasking, farging og finishing) i alle produksjonsenheter, og tar dette med i vurderingen for hvilke leverandører som skal prioriteres for ulike produkter. Forspørsler til leverandørene tilsier at 75% av Telling Stories' Tier 1 leverandører, og 40% av Telling Stories' totale leverandørbase har tilgang på fornybar energi til å drive sine fabrikker. Dette tar form av vannkraft eller solceller.

Telling Stories benytter seg av FSC-sertifisert papir/papp i alle sine hang tags på produktene, og har faset ut bruk av merkelapper i vanlig polyester til fordel for resirkulert polyester. I rapporteringsåret har vi parallelt brukt opp eldre merkelapper i virgin polyester, og produsert opp nye i resirkulert polyester.

Høyer har utviklet og testet (gjennom Bureau Veritas og SGS) en vaskepose som effektivt forhindrer tap av mikrofiber i vask og filtrerer ut denne typen mikroplast fra syntetiske plagg. Denne ble tilgjengeliggjort til våre butikker slik at de kan tilby denne til kunder som et effektivt middel mot utslipp av mikroplast og for å ta vare på klærne sine. Dette er likevel et midlertidig prosjekt da det anslås å komme mer effektive filterløsninger i vaskemaskiner i EU innen noen år.

Indikator

Økning i antall produkter med mer bærekraftige materialer fra foregående år



Mer bærekraftige materialer er basert på Telling Stories AS Preferred Materials policy, og er gjeldende for materialer som er definert der som mer bærekraftige enn det konvensjonelle alternativet. Økningen er målt fra 2023-kolleksjonenes 12% mer bærekraftige materialer, til 2024-kolleksjonenes 31% mer bærekraftige materialer. Blant presenterte varer i 2025-salgskolleksjonene (utviklet i 2024) utgjorde 24% mer bærekraftige materialer.

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 bærepøser i papir uten plastbelegg, og plast- og forsendelsesposen er endret til resirkulerbar plast. Disse ble tatt 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.

Gjennom en ny firmabilavtale har bedriften redusert antall firmabiler og opererer nå kun med elektriske biler til bruk for de ansatte.

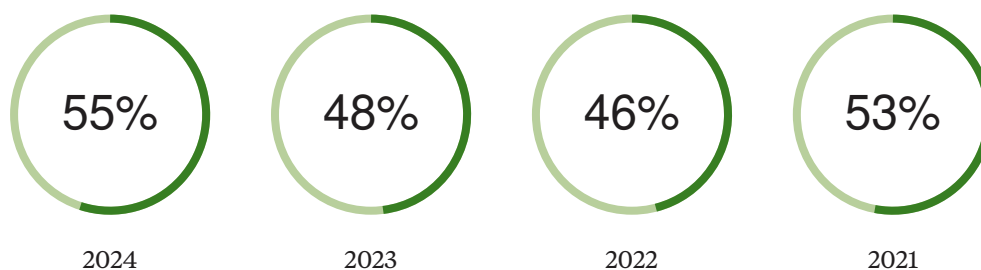
Blant egne merkevarer fra Telling Stories er det satt som mål å øke andelen av mer ansvarlige materialer i sine salgskolleksjoner med 25% per år. Dette medfører økt bruk av regenererte cellulosefibre som benytter mer energieffektive metoder enn konvensjonell viskose og med mindre vannforbruk, samt økt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

Høyer har startet arbeidet med å kartlegge sine klimagassutslipp i scope 1 og scope 2, og sett en reduksjon i utslipp som følge av utskifting av fossilt drevne biler til elektriske biler, samt en reduksjon i forbrukt strøm.

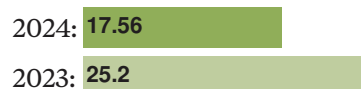
Indikator

Andel monomaterialer i salgskolleksjoner



Det ble økt andel monomaterialer i salgskolleksjonene fra 48% til 55%, og blant faktiske produserte varer for 2024 utgjorde monomaterialer 49%.

Estimert klimagassutslipp fra alle egneide deler av virksomheten, målt i tonn CO2e



Det er fortsatt stor usikkerhet rundt tallene, da datagrunnlaget har vært svakt i rapporteringsåret. Det viktigste har vært å komme i gang med prosedyrene rundt å beregne utslipp og energiforbruk, og jobbe målrettet med å øke presisjonen i datainnsamling på løpende basis til vi kan få på plass et tredjeparts verifisert klimaregnskap i henhold til GHG-protokollen.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis

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 vanskelige 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 har vært vurdert å gjennomføre kursing i design og produktutvikling gjennom Clo3D for å endre viktige produkter til digitale vareprøver. Dette vil redusere totalt antall vareprøver, men også gi muligheten for mer presis spesifisering, 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. Denne prosessen ble ikke påbegynt enda.

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.

Gjennom bruk av et nytt ai-drevet verktøy for leverandøroppfølging og anskaffelseskontroll kan vi tidligere identifisere utfordringer hos leverandører og tilpasse vår innkjøpspraksis deretter.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Det er føringer for innkjøpsteamet for å kjøpe mer bærekraftige og sertifiserte varer, og nedfelt i strategien og handlingsplanen et mål om å i større grad benytte bærekraft og sertifiserte materialer som en avgjørende faktor ved innkjøp for å vurdere mellom like varer eller leverandører. Det er ikke enda etablert noen konkret vektning for bærekraft i en innkjøpssituasjon.

Det er lagt inn i handlingsplanen for 2023-2025 å gjennomføre kursing av innkjøpsteamet i materialer og sertifiseringer, basert på Telling Stories Preferred Materials Policy. Dette er gjennomført, og det er blitt en normal del av innkjøpspraksisen for varer å diskutere bærekraft og ansvarlig forretningspraksis i salgsmøter. Dette har vært avgjørende faktorer for innkjøp i løpet av rapporteringsåret.

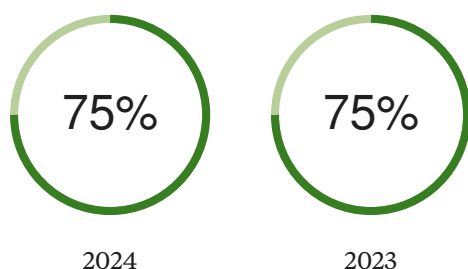
Telling Stories har et strategisk mål om å øke andelen mer ansvarlige produkter i sine salgskolleksjoner, og det inkluderer da sertifiserte materialer. Som en del av arbeidet med sporbarhet på bomull fra Kina arbeides det med å øke andelen GOTS-sertifisert bomull i kolleksjonene.

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

Telling Stories har kartlagt hvor stor andel av leverandørbasen sin som produserer på fabrikker som benytter delvis eller helt fornybar energi.

Indikator

Andel førsteleddsprodusenter til Telling Stories som benytter fornybar energi i produksjonsprosesser



Basert på egenrapportering fra leverandørene gjennom Telling Stories eget fabrikkinformasjonsskjema. Antallet har ikke endret seg i løpet av rapporteringsåret. Vi anerkjenner at denne typen endringer kan ta betydelig tid.

Strukturelle endringer i kraftproduksjon, bytting av leverandører til land med mer fornybar energi, eller store investeringer i leverandørene er det som kan gjøre endringer her.

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 skal være 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.

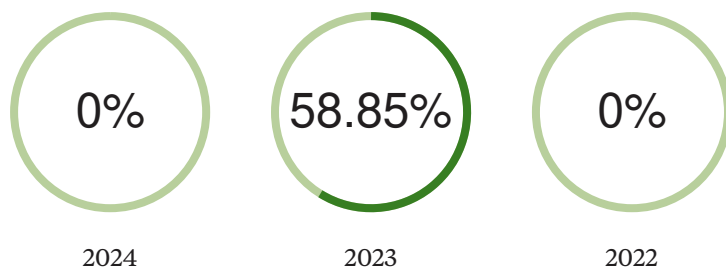
De leverandører som ikke kan eller vil signere Høyers retningslinjer skal ha egne retningslinjer på plass som dekker de samme prinsippene, og setter tilsvarende krav til å støtte opp om arbeiderrepresentasjon og kollektive forhandlinger. Høyer skal samarbeide med leverandører som ikke har slike prinsipper 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, kommunikasjon og besøk. Det har vært vanskelig med direkte besøk og oppfølging av fabrikker i Kina i 2022 pga Covid-19, men vi fikk endelig besøkt flere av våre leverandører i Kina i 2023. Det var vektlagt å besøke fabrikkene også i forbindelse med dette, og selv om det ikke var fagforeninger på plass i disse fabrikkene, så var det demokratisk valgte arbeiderrepresentanter som fungerte som kommunikasjonsledd mellom arbeidere og ledelse.

Indikator

Andel av innkjøpssum kontrollert gjennom fabrikkbesøk



Det ble ikke gjennomført fabrikkbesøk hos eksisterende leverandører til egen merkevarer i løpet av 2024, da det

ble prioritert å undersøke nye potensielle leverandører i Europa.

Det ble gjennomført fabrikkbesøk for det nyoppstartede selskapet PT Studio AS som omfattet ca. 80% av det selskapets produksjonsvolum.

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.

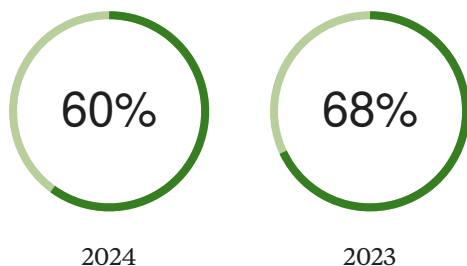
Det ble målt hvor mange ansatte som gjennomførte kurset i løpet av rapporteringsåret, med et mål om 90% gjennomføringsgrad blant fast ansatte innen 01.01.2024. Dette målet ble ikke nådd, da det har vært en utskifting i ansatte som har redusert gjennomføringsgraden. Målet er derfor videreført til neste år, men det er

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.

Indikator

Gjennomføringsgrad av e-opplæring i våre policies for bærekraftig forretningspraksis



Gjennomføringsgraden er lavere enn ønsket. Utskifting og reduksjon i bemanning har ledet til at sluttresultatet har sunket fra foregående år. Det er gjennomført kontinuerlig arbeid for å få så mange ansatte gjennom opplæringen, men resultatene er under målet.

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 påvirkning

Høyer har en ordning med å ha en skredder tilknyttet hver butikk, uten egen in-house løsning for å oppfordre til reparasjon og vedlikehold for klær for å få levetiden opp og forbruket ned.

Gjennom bruk av monomaterialer i større andeler av kolleksjonene fra egen merkevarer, så bidrar vi til enklere resirkulering av varer.

I rapporteringsåret har vi rullet ut en ny vaskepose for oppsamling av mikroplast og mikrofiber fra tekstiler i påvente av nye og bedre filterløsninger for vaskemaskiner og renseanlegg. Vi har subsidiert disse vaskeposene slik at alle våre butikker har vaskeposer tilgjengelige til en lav pris. Vi har også opprettet informasjon om mikroplast og bruken av denne typen filterposer for å redusere mengden mikroplast som slippes ut i naturen.



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 a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt og hvordan dette gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger, og hvordan dette gjennomføres i praksis

CSR-ansvarlig har det overordnede ansvaret for å overvåke effekten av tiltak som er tatt, men Høyers innkjøpsgruppe opprettholder kontakten med prioriterte leverandører til Høyen 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 Høyen 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 Høyen med anbefalinger om endringer eller nye tiltak.

Virksomhetens implementering og arbeid med aktsomhetsvurderinger evalueres av CSR-manager i samråd med COO og innkjøpsgruppen. I kvartalsvise møter i ledelsen gjennomgås progresjon av mål, samt metodikk rundt arbeidet og effekten av tiltakene på overordnet nivå. CSR-manager og innkjøpere vurderer og følger opp spesifikke tiltak relatert til leverandører av varer.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør og/ eller måler effekten av tiltak for å redusere risiko

Høyen 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 gode 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 Høyen 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 har ikke vært noe 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, og mot slutten av rapporteringsåret anskaffet Høyen seg et nytt oppfølgingsverktøy som kan gi oss kontinuerlig oppdateringer på leverandørers risikobildet. Dette er et verktøy under arbeid, og det brukes resurser på å overføre informasjon fra andre filer og systemer til dette og etablere metodikk for å benytte og evaluere omfanget vi kan benytte dette verktøyet.

Verktøyet tillater oss å raskt oppsummere tilgjengelig informasjon fra leverandører inn under spesifiserte kategorier innen ESG, og aggregere til en ESG_score. Dette kan brukes som grunnlag for videre prioritering av risikofaktorer.

De som er prioritert videre blir gjennomgått basert på en kombinasjon av deres egen offentlig tilgjengelige informasjon, og resultatet av kommunikasjon med representanter for merkevaren, og kan gjennomgås og sammenlignes fra år til år.

For leverandører til Høyers egne 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 hjelper, 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. 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

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.

A woman with dark hair, wearing a bright yellow hard hat and a light blue V-neck t-shirt, stands in a construction or demolition site. She is smiling slightly at the camera. A dark blue jacket is draped over her left arm. The background is out of focus, showing industrial structures and greenery. A white text box is overlaid on the lower left of the image.

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

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 virksomheten gjør for å sikre at ansatte og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer

Vi har undersøkt leverandører til Høyer og til Telling Stories for å indentifisere måter interessenter har tilgang på klagemekanismer og gjenoppretting. Mange 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.

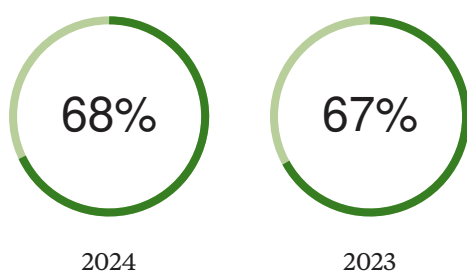
Alle leverandører som har signert vår Code of Conduct eller allerede opererer med egen Code of Conduct på linje med vår, vil ha forpliktet seg til å støtte opp rundt fagorganisering, som kan virke både som varslingskanal og som forhandlingspunkt for gjenoppretting. Den reelle graden av fagorganisering 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 BSCIim WRAP 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.

Høyer kontakter også CSR-ansvarlige hos leverandører for å innhente informasjon om oppdagede 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.

Indikator

Andel av Tier-1 Leverandører til telling Stories som rapporterer at de har varslingsystemer på plass



Dette er basert på egenrapportering fra leverandørene. De vanligste varslingskanalene som er oppdaget gjennom revisjoner og besøk hos leverandører, er forslagsbokser, anonyme telefonlinjer og epostadresser, eller arbeiderrepresentanter/arbeiderkomiteer.

Kontaktinformasjon:

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