



Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2025

for Christiania Sport AS

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Christiania Sport AS oppfyller våre krav til basisnivå.
Les mer om basisnivå [her](#).*





FNs BÆREKRAFTSMÅL



Til lesere av rapporten

Næringslivet, offentlig sektor og organisasjoner har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr. Virksomheter bidrar til utvikling, innovasjon og bedre levekår, men aktiviteten medfører også risiko og reell skade. Derfor har virksomheter en nøkkelrolle i arbeidet for å nå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5-gradersmål. Dette gjøres best i samarbeid. Etisk handel Norge er en medlemsorganisasjon og flerpartssamarbeid med næringsliv, fagbevegelse, arbeidsgiverorganisasjoner, sivilsamfunn og offentlig sektor som sammen adresserer de komplekse utfordringene i de globale leverandørkjedene som den enkelte virksomhet ikke kan løse alene.

Åpenhet, ansvarlighet og kontinuerlig forbedring er grunnleggende i dette arbeidet. Denne medlemsrapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men favner bredere temaer som klima, miljø og antikorrupsjon. Vårt rammeverk bygger på FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger – internasjonale anerkjente standarder som ligger til grunn for Etisk handel Norges 13 prinsipper for bærekraftig forretningspraksis. Disse prinsippene omfatter menneskerettigheter, anstendig arbeid, miljø/klima, dyrevelferd og antikorrupsjon.

Alle medlemmer i Etisk handel Norge er forpliktet til å gjennomføre risikobaserte aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på fremdrift i et eget arbeid. Virksomheter på vårt kvalitetsnivå Basis tilfredsstillende åpenhetslovens krav til redegjørelse om aktsomhetsvurderinger. Medlemmer kan også strekke seg etter nivåene Gjennomfører og nå i 2026 Ledende.

Gode aktsomhetsvurderinger handler ikke om å være «risikofri», men om å være transparent og systematisk: å identifisere risiko, forebygge og redusere negativ påvirkning, kommunisere åpent om håndtering og – der det er nødvendig – bidra til gjenoppretting.

Jeg vil takke alle medlemmer for innsatsen, åpenheten og viljen til å bidra til ansvarlige leverandørkjeder. Sammen viser vi hvordan ansvarlig handel kan være til det beste for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

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

Christiania sport AS ble etablert i Oslo, november 2000. Den gang som sportsbutikk. I 2019 endret selskapet struktur og baserer nå sin drift på videresalg av sportsutstyr og profileringsmateriell til bedrifter. Vi er etablert med kontor i Skullerud Næringspark i Oslo.

Vi jobber i en bransje der det er mange hensyn som kan tas og mye som kan gjøres for å redusere miljøavtrykket på varer og produkter vi leverer fra oss. Det være seg: giftfri produksjon, transparente arbeidsforhold, samordnet distribusjon, resirkulering og reduksjon av unødvendig emballasje. Christiania Sport har søkelys på dette og stiller høye krav til oss selv og vår innvirkning på miljø, dyr og samfunn. Vi ønsker å tilby våre kunder mest mulig bærekraftige produkter. Vi streber etter å redusere effekten av produktene vi leverer til våre kunder og velger de leverandørene som har åpenhet, ærlighet og god dokumentasjon av deres produksjonsprosess.

Gjennom riktige holdninger, opplæring og informasjon, kan vi som distributør gjøre en stor forskjell. Vi har ingen toleranse for uverdige arbeidsforhold som bryter med menneskerettighetene, som tvangsarbeid, barnarbeid eller diskriminering på arbeidsplassen. Vårt medlemskap i Etisk handel Norge forplikter oss til å ha oversikt over utfordringer i egen verdikjede. Vi stiller krav til leverandører, samt informerer våre kunder om våre retningslinjer. Vi har vår forankring i sportsbransjen der helse, bærekraft og miljø har vært fokusområde i mange år.

Vi vet verdien av å kjøpe kvalitet. Produkter med lang levetid og høy bruksnytte ligger i våre foretrukne anbefalinger og vi ønsker å gi våre kunder trygge valg. Derfor har vi avtale med de beste merkevareleverandører innen alle produktgrupper, mange som også er medlem av Etisk handel Norge.

" Vår visjon er at de nye generasjonene skal slippe å vasse i våre grisete fotavtrykk. "

Birger Bjune
Daglig leder

Styrets signatur

A handwritten signature in blue ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Oslo
13.02.2026

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

Christiania Sport AS

Adresse hovedkontor

Olaf Helsets vei 5A , 0694 Oslo

Viktigste merker, produkter og tjenester

Ledende merkevarer innen sport og profil.

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Vi er en liten bedrift med flat struktur og fem ansatte. Vi har en åpen kommunikasjon ansatte i mellom da vi sitter i åpent landskap. De store beslutningene blir alltid diskutert i plenum og vi har alle flere ansvarsområder. Vi er strukturert uten lager og de varene vi har liggende begrenser seg til salgsprøver og prototyper. Vi tilbyr det kunden etterspør og påvirker salget bevisst mot våre mest bærekraftige leverandører og produkter.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

11 236 000

Antall ansatte

5

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Nei

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Ina Borch

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

ina@christianiasport.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Christiania Sport AS har et solid nettverk av faste leverandører som vi har samarbeidet tett med over mange år. Vi legger betydelig vekt på langsiktige leverandørrelasjoner med samarbeidspartnere som viser tydelig vilje og evne til å bidra til positiv utvikling for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Innen tekstil tilbyr vi produkter fra anerkjente norske merkevarer, som kan vise til god dokumentasjon og relevante sertifiseringer knyttet til både varer og produksjon. Vårt samarbeid med leverandører er de senere årene blitt tydeligere forankret gjennom styringsdokumentene «Policy for bærekraftig forretningspraksis» og «Retningslinjer for leverandører». Dokumentene beskriver de etiske prinsippene Christiania Sport forplikter seg til, og gir føringer for både oss og våre leverandører for å sikre en ansvarlig og rettferdig praksis. Flere av våre leverandører er medlemmer av Etisk handel Norge.

Profilartikler og firmagaver kjøper vi gjennom etablerte kanaler og profesjonelle distributører, valgt med stor omtanke for bærekraft og i tråd med våre etiske retningslinjer. Skulle det dukke opp forespørsel om et produkt vi ikke har levert tidligere, der vi må søke en ny leverandør, må de signere og akseptere våre retningslinjer, innkjøpsbetingelser og vår Code of Conduct.

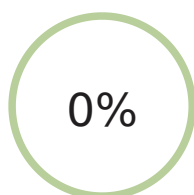
Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

32

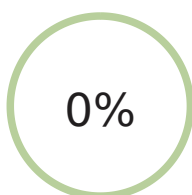
Kommentar til antall leverandører

Tallet inkluderer leverandører tilknyttet våre produkter. "Indirect spend" tilknyttet driften og kontor er ikke inkludert.

Type innkjøp/ leverandørforhold



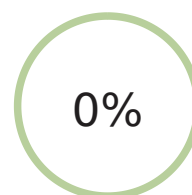
Helt/delvis egeid produksjon



Innkjøp direkte fra produsent



Innkjøp via agent/mellomledd/importør/merkevareleverandører



Annet

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	7
Myanmar/Burma :	1
Bangladesh :	3
Vietnam :	4
Norge :	1
Nederland :	1
Litauen :	1
Polen :	1
Tsjekia :	1
Italia :	1
Storbritannia :	2
New Zealand :	1

Flere av våre leverandører er medlem av Etisk handel Norge og vi har lest rapportene til disse. Vi har også snakket direkte med bærekraftsansvarlig hos noen av disse samt hos andre leverandører som ikke er medlem. Vi har fått tilsendt informasjon og lister over hvilke produkter vi har bestilt og i hvilke land disse har vært produsert. Vi vil fortsette å kartlegge førsteleddsprodusenter hos leverandører som ikke er medlemmer. Vi arbeidet med dette i 2025 og vil fortsette med dette i 2026.

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

Antall arbeidere

19 300

Kommentar til antall arbeidere

Tallene baseres på informasjon vi har fått oversendt fra noen av våre leverandører i rapporteringsåret.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Ull	Kina New Zealand
Polyester og Nylon	Bangladesh Kina Myanmar/Burma Vietnam
Økologisk bomull	Bangladesh Kina
Resirkulert rustfritt stål	Kina

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Redusere plastemballasje

Mål:

I 2022 satte vi som mål å redusere plastemballasje med 15 % på varer fra våre leverandører innen 2026. I samarbeid med våre partnere har vi kommet langt innenfor flere kategorier, men innen tekstil har vi møtt praktiske utfordringer knyttet til beskyttelse av produktene under transport.

Status:

Mange av våre leverandører pakker per i dag plagg enkeltvis eller pakker på 5 stk i plast for å unngå skader under transport – en risiko som kan føre til at store deler av en leveranse må forkastes dersom ikke hvert enkelt plagg er individuelt beskyttet. Selv om vi forstår bakgrunnen for denne praksisen, jobber vi aktivt med våre leverandører for å finne mer bærekraftige løsninger som gir både god beskyttelse og mindre miljøavtrykk.

2

Reduksjon av leverandører

Mål:

Vi har hatt som mål å redusere antallet leverandører for å sikre tettere samarbeid og bedre oppfølging av leverandørenes ansvar innen bærekraft og miljøhensyn.

Status:

Vi har redusert leverandørporteføljen noe ved å avslutte samarbeid med aktører som ikke har kunnet dokumentere eller dele tilstrekkelig informasjon om sitt bærekraftsarbeid.

Prosessmål for kommende år

1

Etablere en langsiktig bærekraftstrategi frem mot 2030, med tydelige mål og forankring i virksomhetens drift.

2

Oppnå fremdrift i identifisering av risikoområder i leverandørkjeden.



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 styringsystemer for implementering er en forutsetning for å lykkes, og arbeidet med aktsomhetsvurderinger bør være en integrert del av virksomhetens forretningsdrift. Tydelige forventninger fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar innad i virksomheten for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer de står overfor og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

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

<https://www.christianiasport.no/baerekraft>

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

Hos Christiania Sport tar vi miljøet på alvor da vi vet vi er i en bransje som har stort forbedringspotensiale. Dette kommer til uttrykk i hele vår verdikjede gjennom bruk av råvarer, valg av produsent, emballasje og til slutt; distribusjon til våre kunder.

Gjennom rådgivende salg vil vi være en pådriver overfor våre kunder i valget av riktige produkter.

Christiania Sport AS visjon er bærekraftig forretningspraksis som respekterer mennesker, samfunn, dyr og miljø. Bærekraftig forretningspraksis er viktig for å møte Christiania Sport AS sine kunders forventninger til høy kvalitet og tillit til at vi opprettholder en god standard i produksjonen av varer.

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

Vår policy er utarbeidet med utgangspunkt i Etisk handel Norge sin policy.

Gjennom åpen dialog og samarbeid innad i bedriften og med våre leverandører, har vi kommet frem til hva som er viktig for oss og hva våre retningslinjer bør være.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Da vi er en liten bedrift har vi lagt hovedansvaret for aktsomhetsvurderingen til en enkelt person som rapporterer og kommuniserer med ledelsen hvert kvartal.

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

Det har vært konkretisert og tydeliggjort på møte hvem som har ansvaret for aktsomhetsvurderingen. Dette står også beskrevet i stillingsbeskrivelsen og kontrakten til vedkommende. Den ansvarlig vil selvstendig sikre seg den nødvendige kompetansen og ta initiativ til å delta på kurs. Det er satt av datoer for kvartalsvis møter med ledelsen for å gå gjennom aktsomhetsvurderingen.

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

Gjennom å delta på flere kurs og webinarer via Etisk handel Norge samt kommunikasjon med rådgiver. Ansvarlig har også vært i kontakt med de største leverandørene og hatt møter med disse ang deres arbeid med sin aktsomhetsvurdering.

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?

Ved å sette oss inn i rapporter fra våre forhandlere, be om innsyn, deres code of conduct vil vi få en bedre oversikt som gjør det lettere å oppfylle egne forpliktelser. Vi har utarbeidet egen Code of conduct samt leverandørkrav som skal hjelpe oss å velge riktig leverandør med samme verdier som oss.

1.C.2 Hvordan følges strategier og planer for bærekraftig forretningspraksis opp av ledelse og styre?

Ledelsen og ansvarlig for virksomhetens strategier har åpen dialog og møter hvert kvartal hvor vi går gjennom aktsomhetsvurderingen og videre arbeid.

1.D Partnerskap og samarbeid med leverandører og forretningsforbindelser

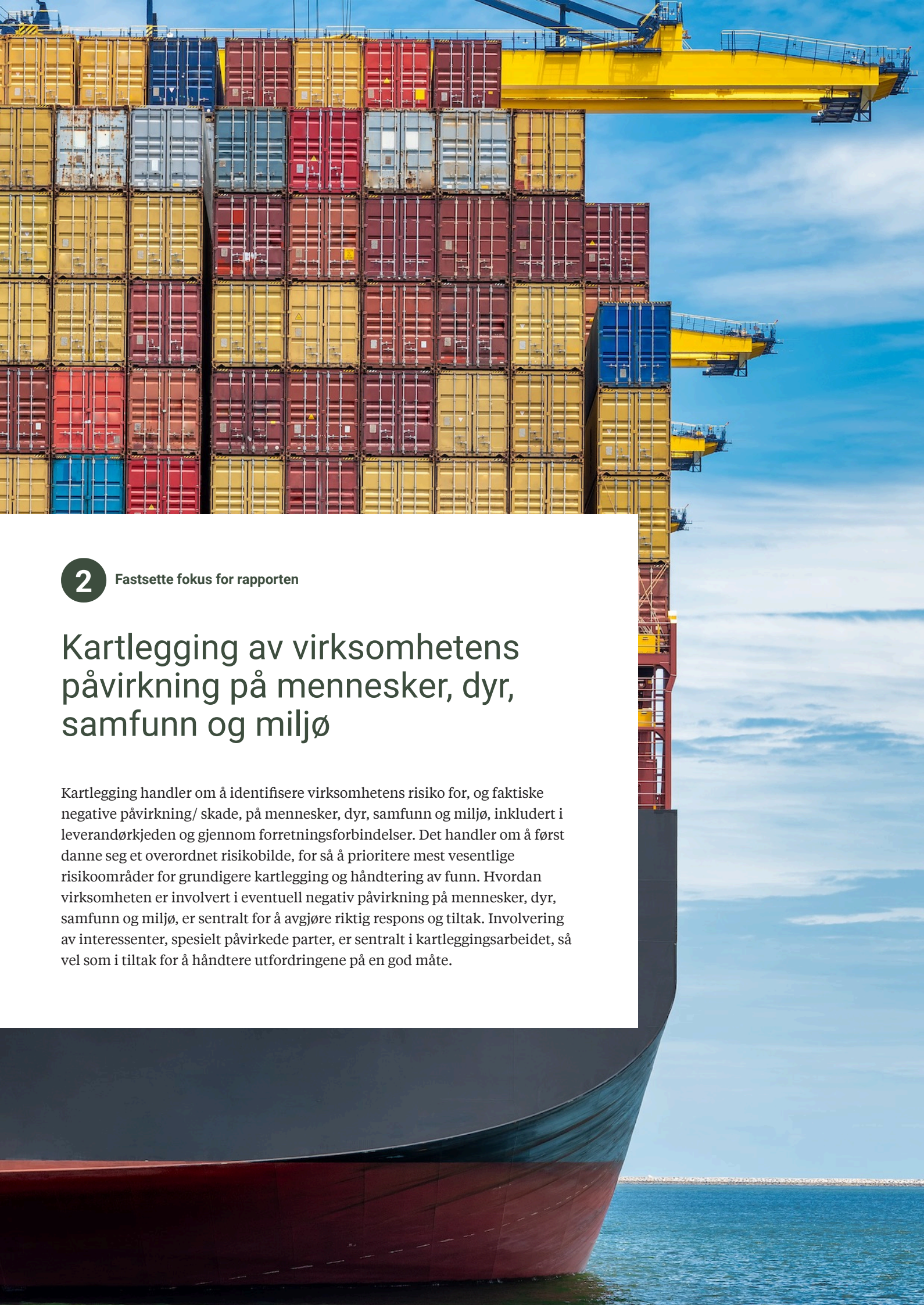
1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av bærekraftig forretningspraksis i møte med leverandører og forretningsforbindelser?

Vi erkjenner at vår forretningspraksis kan ha mulig negativ påvirkning på mennesker, samfunn, dyr og miljø. Det er derfor viktig at vi er med på å bidra til en positiv utvikling i leverandørkjeden med de riktige retningslinjene, risikovurderinger og aktsomhetsvurderingen. Vi har et nært og godt forhold til mange av våre leverandører som vi har kjent og hatt en relasjon til i mange år. Vi har sammen kommunisert at vi alle må ta ansvar og vist til våre retningslinjer og krav.

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?

Vi har fått større forståelse og har aktivt valgt bort leverandører vi mener ikke oppfyller våre krav. Vi handler ikke med leverandører som får sine varer fra Xinjiang provinsen. Vi velger bort firmaer som leverer plastprodukter og erstatter disse med leverandører som bruker mer bærekraftige og holdbare produkter. Vi tenker mer kreativt for å finne løsninger som er bedre for miljøet.



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
Tekstilproduksjon og kjemikalier	Barnearbeid Helse, miljø og sikkerhet Miljø Utslipp Materialbruk	Bangladesh Kina Myanmar/Burma
Etterspørsel: pris og kort levering	Tvangsarbeid Fagorganisering og kollektive forhandlinger Helse, miljø og sikkerhet Arbeidstid	Bangladesh Kina Myanmar/Burma

Christiania Sport erkjenner at vår forretningspraksis kan ha en negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø og at vi har et ansvar til å bidra til en positiv utvikling i leverandørkjeden. Vårt hovedfokus er risikovurdering av kjemikalier som brukes til farging av tekstiler og den skade dette kan gjøre på utslipp, miljø og mennesker. Samtidig er vi opptatt av menneskers rettigheter og at vi unngår å bruke leverandører der det er fare for bruk av barnearbeidere, umenneskelige arbeidstider og tvangsarbeid

Vi prøver å etter beste evne å redusere innkjøp og varer fra Kina da produksjon i Kina ofte er assosiert med høy miljøpåvirkning. Over 80 % av urbane vannkilder er forurenset, og industrien bidrar til omtrent 30 % av de globale klimagassutslippene. Farlige kjemikalier og dårlig arbeidsmiljø er hverdagen for mange arbeidere, og dette er noe vi ønsker å legge fokus på. Det forekommer dessverre barnearbeid i flere sektorer i Kina til tross for at det er forbudt å ansette barn under 16 år i henhold til kinesisk lov. Ansettelse av ungdom mellom 16 og 18 år er kun tillatt under spesifikke betingelser, som at arbeidet ikke er farlig eller fysisk krevende.

Pris og korte tidsfrister er ofte et relevant problem som kan ha en negativ påvirkning på mennesker, helse og miljø. Billige varer til en billig penge har sin pris i en annen skala som miljøforgiftning, umenneskelige arbeidsforhold og barnearbeid. Vi prøver derfor å oppfordre våre kunder til å satse på kvalitet og planlegging. Det er bedre å gå for et bærekraftig kvalitetsprodukt som varer lengre enn billigere utgaver som stadig må skiftes ut. Vi velger leverandører som kan vise til dokumentasjon for de risikopunktene vi har identifisert.

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.

Alle våre nye leverandører må følge våre retningslinjer og Code of Conduct. Da vi ikke handler fra, eller har direkte kontakt med, fabrikker innhenter vi informasjon fra våre leverandører om hvor og hvordan deres varer er produsert. Vi stiller krav til våre leverandører om innsyn i produksjonsprosessen på deres fabrikker, slik at vi kan ta gode valg ved innkjøp av varer som har minst mulig negativ miljøpåvirkning.

Vi vet at det finnes måter å farge tekstil uten bruk av farlige kjemikalier og våre leverandører må kunne dokumentere og vise sin bærekraft gjennom sertifiseringer før vi velger å inngå avtaler og samarbeid. En av våre hovedleverandører, Bergans, fører streng kontroll med kjemikaliene som brukes i deres produksjon. De er bluesign®-systempartner som krever at produktene oppfyller markedets strengeste krav til bruk av kjemikalier, noe som i mange tilfeller overgår de eksisterende lovfestede kravene. Gjennom god og åpen dialog har vi hentet inn informasjon som gjør at vi føler oss sikre på at vi her tar riktige valg

På bakgrunn av den store risikoen for barnearbeid i Kina, tvangsarbeid i Myanmar/Burma og den undergravde retten til organisasjonsfrihet i Bangladesh vil vi ved inngåelse av nye avtaler, særlig undersøke disse risikoområdene i 2026. I løpet av 2025 innhentet vi informasjon fra de av våre leverandører som har produksjon i nevnte land.

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

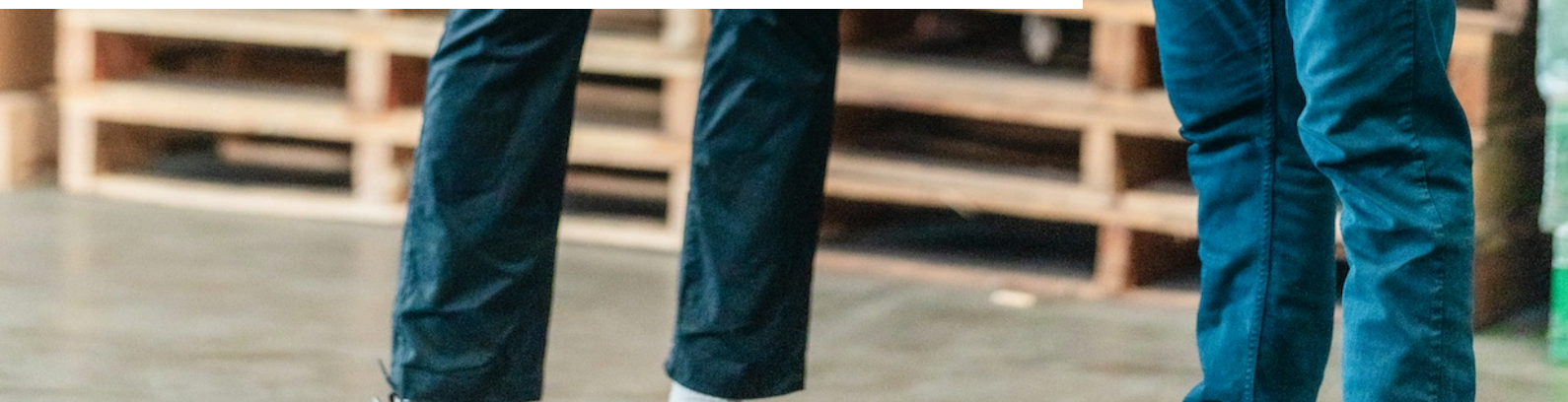
Christiania Sport tilbyr ullprodukter og prioriterer dyrevelferd. Vi er oppmerksomme på at ullproduksjonen, spesielt økologisk merinoull, kan innebære praksisen mulesing. Dette er et kirurgisk inngrep som utføres på sauer for å forebygge parasittinfeksjoner, men som er smertefullt og kontroversielt fra et dyrevelferdsperspektiv.

På grunn av dette har vi valgt en leverandør som garanterer 100% mulesing-fri merinoull. Ullkvaliteten kommer fra et begrenset antall utvalgte bønder i New Zealand, Uruguay og på Falklandsøyene, og sikrer en etisk og ansvarlig produksjon. Dette er et viktig valg for oss for å minimere risikoen for negativ påvirkning på dyrenes livskvalitet.

**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

Overordnet mål :	Tekstilproduksjon og kjemikalier Christiania Sport har foreløpig begrenset sporbarhet på deler av leverandørkjeden, men vi ber årlig om informasjon om produksjonsland og førsteleddsprodusenter. I 2026 vil vi prioritere å samle inn produksjonslandsinformasjon for minst 80 % av tekstilvolumet. Så langt det lar seg gjøre prioriterer vi og velger leverandører som er sertifiserte og kan vise til en bærekraftig tekstilproduksjon.
Status :	Pågående
Mål i rapporteringsåret :	Informere og påvirke forretningsforbindelser til å ta riktige valg. Øke andelen tekstiler med Fairtrade, GOT og OEKO-tex sertifiseringer. Øke andelen bærekraft-sertifiserte leverandører og produkter.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Vi har valgt bort leverandører som ikke kan vise til sertifiseringer eller som synlig har en produksjon og moral som går imot våre etiske prinsipper. Vi har laget et eget risiko-kart som vi systematisk går etter. Her er våre leverandører satt inn i kategoriene grønt/rødt der grønt er de vi har god oversikt over. Leverandørene på rødt nivå er de vi vil bruke mer tid på å få oversikt over og ha samtaler med for å forsikre oss om at de lever opp til vår code of conduct. Vi fortsetter å jobbe med å minimere eventuell negativ skade og påvirkning.

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

Vi ønsker å legge fokuset på bærekraftig tekstil som feks ull som varer lengre, er produsert mer forsvarlig og i samarbeid med våre retningslinjer. Vi ønsker å øke andelen kunder som velger bærekraftig tekstil med lang holdbarhetstid fremfor å velge billigere løsninger som må erstattes ofte. I 2026 vil vi gjennomføre minimum én dialog med våre tre største leverandører om risiko knyttet til kjemikalier og arbeidsforhold.

	Etterspørsel: pris og kort levering
Overordnet mål :	Minske den negative virkningen korte tidsfrister og lav pris har på arbeidsmiljø og helse for ansatte
Status :	pågående
Mål i rapporteringsåret :	Informere våre kunder om fordeler med å tenke lengre frem, planlegge og ta de riktige valgene.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

I 2024 lagde vi et årshjul for en kunde der vi planla leveranser gjennom hele 2025 slik at vi kunne unngå hastesaker. Ved å arbeide med med årshjul og planlagt leveringer kan vi sette opp produkter og et tidsskjema vi alle er fornøyd med, og som vil være mer bærekraftig. På denne måten luker vi vekk hastesaker som resulterer i mer forurensende transport, tvangsarbeid, barnarbeid og vi kan velge leverandører vi er trygge på.

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

Fortsette arbeidet med å ligge ett skritt foran, få færre hastesaker, gi mer informasjon og opplyse om fordelene med langsiktig tenkning. Vårt videre mål for 2026 er å lage årshjul for flere kunder slik at vi kan planlegge og samkjøre flere leveranser.

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

3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

Vi prøver å finne leverandører som bruker bomullsprodusenter som produserer bomull på en klimavennlig måte uten å bruke skadelige og kjemiske sprøytemidler. Vi kartlegger vår påvirkningsmulighet, og undersøker hvordan denne kan styrkes. Vi søker kunnskap om hvordan vår innkjøpspraksis påvirker mennesker, samfunn og miljø, og hvilke endringer virksomheten kan gjøre for å forebygge og/eller redusere risiko for negativ påvirkning. Vi prøver å påvirke våre kunder til å ha god tid når varer skal bestilles for å unngå tidspress og dårlige valg av produkter. Vi er klar over at dårlige innkjøpsrutiner der høyt tidspress og uforsvarlig forhandling på pris har en negativ påvirkning på mennesker i leverandørkjeden og kan føre til dårligere forhold for arbeidere.

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

Stadig flere leverandører angir klimaavtrykk på sine produkter. Vi har stadig dialog med de tre største leverandørene våre og når vi får forespørsel på tekstil fra kunder har det hendt at vi får dem til å bytte ønskede plagg eller tekstil med mer bærekraftig og miljøvennlige produkter som har mindre klimaavtrykk. Som feks å velge trøyer av ull til Holmenkollstafetten.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis

Vi er påpasselig med hvem vi bruker og styrer unna nettportaler som tilbyr produkter rett fra produsent der man ikke kan se dokumentasjon på hva som blir levert. Vi oppfordrer alle våre kunder til å bestille i god tid slik at vi kan velge den mest klimavennlige måten for produksjon og transport. Vi ønsker også å legge vekt på kvalitet og at varer som holder lengre er bedre for miljøet.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Helt klart bevisst holdning til de valgene og produktene vi presenterer til våre kunder. Varer med lang levetid og holdbarhet er bedre alternativer og i denne bransjen er det mye som kan endres her. Kvalitet fremfor kvantitet. Vi søker kunnskap om hvor vårt klima/miljøavtrykk er størst og vurderer relevante tiltak for å redusere avtrykket. Vi ser etter leverandører med Fairtrade, GOT og OEKO-tex sertifiseringer.

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

Vi er ikke i posisjon til å kunne ha stor innvirkning her forutenom å velge leverandører som har ordnede produksjonsforhold. Flere av våre leverandører er medlem av Ethisk handel Norge så her har det vært mulig for oss å lese deres rapporter.

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

Det er ønskelig at vi øker eget kompetansenivå internt med kursing. Vi setter også krav til våre leverandører.

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

Vi er en liten og derfor gjennomiktig bedrift som har god oversikt over hva vi alle gjør. Det er nulltoleranse og liten mulighet hos oss for korrupsjon eller bestiktelser.

Vi vet at land som våre leverandører handler med (Kina, Burma og Bangladesh) scorer dårlig på korrupsjonsindeksen. Det er små muligheter for at vi vil kunne oppdage korrupsjon, men vi vil etterspørre hvordan våre største leverandører jobber for å unngå dette i sine innkjøp.

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

Vi tenker kreativt for å finne løsninger som er mer bærekraftig i store og små skalaer. Vi veide plastembalagen på en produksjon for selv å få en forståelse av hvor mye unødvendig plast det ofte er med. Etter dette har vi nå stort fokus på hvordan varene leveres og hvordan de pakkes. Vi sender ofte direkte fra leverandør for å unngå unødvendig ompakning og bruk av emballasje.

A man with short brown hair, wearing clear safety glasses with blue frames, is looking intently at a piece of industrial machinery. The background is a blurred factory environment with overhead lights and various mechanical components. The overall scene is brightly lit, suggesting an indoor industrial setting.

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

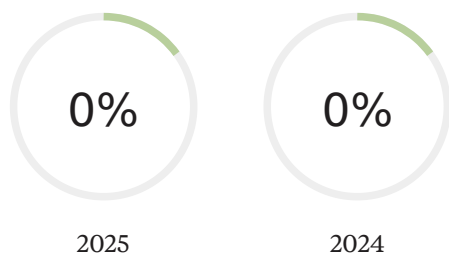
Daglig leder har hovedansvaret for dette sammen med bærekraftsansvarlig som jevnlig jobber med aktsomhetsvurderingen. Vi setter oss ned hvert kvartal for å diskutere om våre interne retningslinjer, systemer og rutiner for aktsomhetsvurderinger fungerer med ønsket effekt. Vi går gjennom tidligere leveranser for å finne ut hvilke som var hastesaker og hva vi kan gjøre for å forbedre oss i slike tilfeller. Vi ser også på produkter som har blitt levert og ser etter bedre produkter som kan bli foreslått som erstatning til neste bestilling. I løpet av 2024 satte vi oss ned og lagde et årshjul for en kunde der vi planla leveranser gjennom hele 2025 slik at vi unngår hastesaker. På denne måten kan vi sette opp produkter og et tidskjema vi alle er fornøyd med og som vil være mer bærekraftig. I 2025 pitchet vi årshjul for flere kunder og vil utarbeide dette videre i 2026 slik at vi kan samkjøre bestillinger, leveranser og transport. Forhåpentligvis vil vi kunne se hvilken effekt dette har hatt på transportforbruket i 2027.

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

Vi er et lite firma som jobber primært med godt ansette merkevarer. Disse er helt avhengig av markedets tillitt. Gjennom god dialog med merkevareleverandørene, der flere er medlem av Etisk handel Norge, har vi fått innføring og informasjon om deres arbeid for hvordan negativ påvirkning blir håndtert. Vi opplever det som sannsynlig at deres forebyggende tiltak fungerer. Vi har lest rapportene til de leverandørene vi har som er medlem av Etisk handel. Gjennom godt samarbeid ber vi våre leverandører komme med forslag på produkter med minst negativ påvirkning, som vi igjen presenterer for våre kunder.

4.A.3 Effektindikatorer

14.04 Prosentvis reduksjon i siste-minutt endringer i ordre



Vi ønsker å redusere hasteleveranser men heller planlegge slik at varene vi leverer kommer fra seriøse leverandører som tar hensyn til mennesker, miljø og dyrevelferd. Vi vil måle andelen produkter som kommer fra sertifiserte leverandører, og rapportere utviklingen årlig



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

Dette har hittil ikke vært aktuelt for vår virksomhet men dersom det skulle bli et tilfelle vil vi, når vi har mulighet, delta i en prosess for å forebygge, rette opp og håndtere en skade. Om dette gjelder direkte kommunikasjon med leverandører eller kunder må spesifiseres ut i fra den enkelte hendelse.

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

Vi fikk nye nettsider i 2022 der vi har en egen underside for våre ønsker om samfunnsansvar og bærekraft. Her er det linket opp til vår CoC, leverandørkrav og business policy. Vi har også med at vi er medlem av Etisk handel Norge i vår e-post signatur slik at det skal være lett synlig at vi arbeider med aktsomhetsvurdering og er opptatt av vår påvirkning på miljø, natur og mennesker.

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

Vi omfattes ikke av åpenhetsloven.

An aerial photograph of a lush green coffee plantation. Several workers are visible, scattered across the rows of coffee bushes, engaged in harvesting. The workers are wearing various colored clothing, including blue, red, and brown. The coffee plants are densely packed and appear healthy and vibrant green. The overall scene depicts a busy agricultural setting.

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

Det har hittil ikke vært aktuelt for oss, men dersom det skulle bli et tilfelle vil vi, når vi har mulighet, delta i en prosess for å forebygge, rette opp og håndtere en skade. Dersom leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden vil også leverandøren være ansvarlig for gjenoppretting. Vår CoC sier kort noe om hvordan vi forstår vårt ansvar for gjenoppretting.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke vært aktuelt for oss

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

Dette har ikke vært aktuelt for vår virksomhet, men vi er klar over at våre leverandører har tilknytning til klagemekanismer og kontaktpunkter hos OECD der man kan henvende seg. Vi vet også at flere av våre leverandører har et sett med utbedringsmekanismer på plass og vi har en god og åpen dialog med disse. Vi vil i vårt bærekraft arbeid være tydelig med vår leverandør om at vi ønsker at klagesaker skal opplyses om, slik at vi kan gjenopprette der det kreves. Åpenhet er viktig for en mer bærekraftig fremtid.

Kontaktinformasjon:

Christiania Sport AS

Ina Borch

ina@christianiasport.no