



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2019

for Würth MODYF AS (tidligere Synfiber AS)





Til lesere av rapporten

Næringslivet spiller en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Et velfungerende og ansvarlig næringsliv bidrar til bærekraftig utvikling gjennom verdi- og jobbskaping, og med nye løsninger på globale utfordringer. Likevel kan virksomheter også medvirke til negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Medlemmer i Etisk handel Norge har derfor forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for å jobbe for mer bærekraftig forretningspraksis.

Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Medlemmene er forpliktet til hvert år å rapportere om hvilke utfordringer de står overfor og hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene. Nå i 2020, er rapporteringsmalen ny og er bygget rundt OECDs modell for aktsomhetsvurderinger. Det er nytt for oss, og det er nytt for våre medlemmer. Det er denne rapporten du sitter med nå. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

Malen for medlemsrapporteringen søker å svare på forventningene til arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Rapporteringen til Etisk handel Norge dekker vesentlige elementer i rapporteringsrammeverket til Global Report Initiative (GRI) og kan benyttes som framdriftsrapport til Global Compact.

Heidi Furustøl

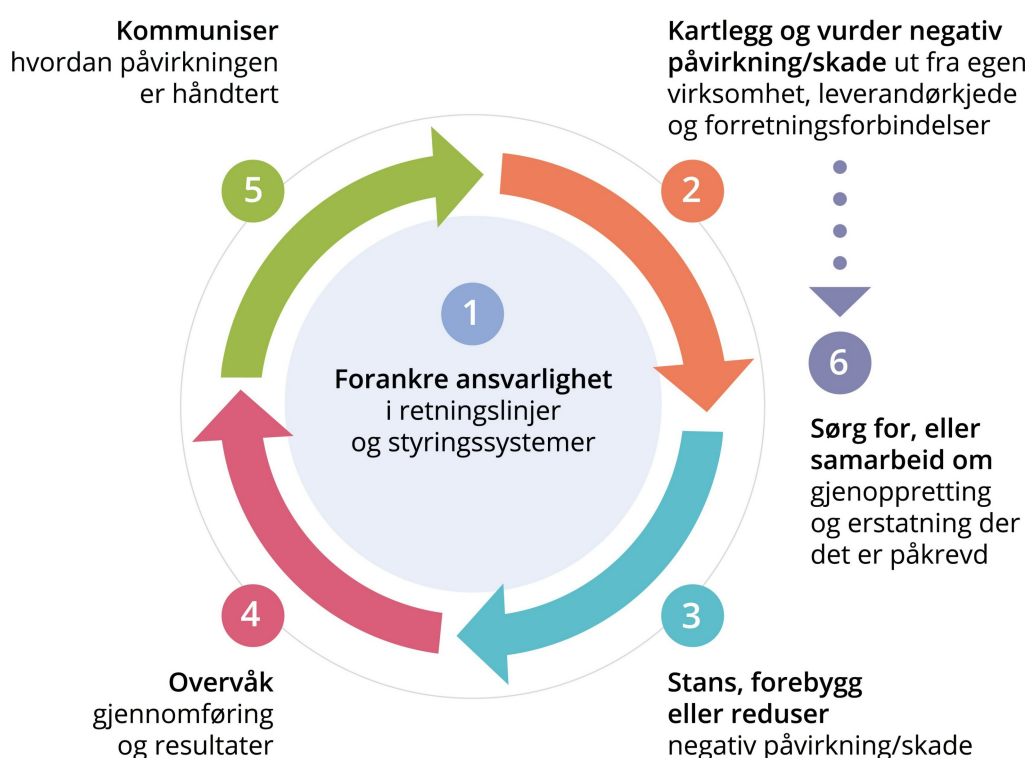
Daglig leder

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

Würth MODYF AS (tidligere Synfiber AS) er en del av Würth-gruppen – et stort og internasjonalt konsern med mer enn 400 selskaper i over 80 land. I 2019 gikk vi gjennom en stor endringsprosess for å bli Würth MODYF og en del av en gruppe med selskaper i Tyskland, Italia, Spania, Frankrike og Portugal. Vi har forberedt endringen helt siden høsten 2018 – og foruten endring av merkevare, har dette påvirket både forretningsmodell og produktportefølje. Som medlem av Etisk Handel Norge siden 2015 er det viktig for oss å fortsette fremgangen med vårt arbeid innen CSR. Derfor jobber vi kontinuerlig med å påvirke og samarbeide med våre kollegaer i Würth MODYF-gruppen for å øke fokus på dette området. Allerede på ett år har vi sett en stor økning i fokus på CSR og flere prosjekter er iverksatt for å inkludere våre retningslinjer for alle leverandører til gruppen. Dette er svært positivt, for vi vil ha en mye sterkere posisjon hos våre produsenter som Würth MODYF.

Siden vi startet å produsere varer i Asia i 2001 har langsiktig samarbeid med produsentene vært viktig for oss. Samarbeidsavtaler – og i senere år Code of Conduct – har alltid henvist til relevante FN- og ILO-konvensjoner. Vi har gjennom årene hatt jevnlig besøk for produsentene for å gi dem trygghet i samarbeidet. Vi gjennomfører årlige revisjoner hos mange av produsentene, og samarbeider med dem om forbedringer. Som en del av Würth MODYF-gruppen vil fremtidige revisjoner bli gjennomført av egne teknikere i Asia, samt eksterne partnere ved behov.

Vårt medlemskap i Etisk Handel Norge er forankret i både ledelsen og styret, og alle ansatte som jobber med innkjøp, produktutvikling samt salg deltar på innføringskurs og andre relevante kurs arrangert av organisasjonen. Kursene har gitt bedre forståelse for arbeidet som skal utføres og gitt innspill til praktisk oppfølging i det daglige arbeidet med temaene. Det har vært løpende arbeid med Etisk Handel, internt mot eier så vel som eksternt mot samarbeidspartnere og markedene. Fokuset og forventningene fra omgivelsene er økende, og arbeidet med Etisk Handel er derfor en naturlig og viktig del av virket som leverandør av arbeidstøy og vernesko.

Fremover vil det være fokus på kompetansebygging både internt og i leverandørleddet samt å jobbe målbevisst med oppfølging av våre etiske retningslinjer. Ved å følge system og retningslinjer fra og i samarbeid med Etisk Handel Norge, vil vi fortsatt kunne videreutvikle samarbeidet med produksjonspartnerne. Vi anser det som viktig å vedlikeholde og bygge på eksisterende leverandørrelasjoner i tillegg til forankring hos nye, å gjennomføre kartlegging og tiltak for forbedring som skaper trygghet for oss, vår eier, våre produsenter og våre kunder.

" Vi anser det som viktig å vedlikeholde og bygge på eksisterende leverandørrelasjoner i tillegg til forankring hos nye, å gjennomføre kartlegging og tiltak for forbedring som skaper trygghet for oss, vår eier, våre produsenter og våre kunder. "

Marit Gould
Sales and Marketing Manager

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Würth MODYF AS (tidligere Synfiber AS)

Adresse hovedkontor

Brennaveien 6, 1481 hagan

Viktigste merker, produkter og tjenester

Arbeidstøy, Personlig verneutstyr, Vernesko.

Beskrivelse bedriftens struktur

Würth MODYF AS (tidligere Synfiber AS) er del av Würth MODYF-gruppen som har operasjoner i 6 land, deriblant Norge. Vår administrerende direktør er Dr. Hannes Wieland (Italia), mens driften i Norge blir ledet av Olga Ponosova og Marit Gould. Olga har ansvar for finans, kundeservice, innkjøp, logistikk og IT. Marit har ansvar for salg, markedsføring og produkt. I tillegg til samarbeid på toppledernivå er det også tett samarbeid mellom de forskjellige avdelingene. Produkt og innkjøp samarbeider om valg av produsent, produkt og salg samarbeider om kundens behov, og innkjøp og salg samarbeider om prognoser for salg for å planlegge innkjøp av produkter. Valg av produsent blir tatt i samråd med Marit Gould, samt kategorisjef for Würth MODYF-gruppen Loris Baldo (Italia). Arbeidet med Etisk Handel blir ledet av produktavdelingen med støtte fra innkjøp. Arbeidet med miljø blir ledet av finans/innkjøp med støtte fra produkt

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

109 951 000

Antall ansatte

23

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering (fusjoner, oppkjøp eller lignende)

Synfiber AS har endret navn til Würth Modyf AS og er en del av det internasjonale konsernet Würth Modyf med avdelinger i flere land i Europa. Eierforhold og organisasjonsnummeret er det samme men det har vært gjennomført større strukturelle endringer i firmaet som har medført endringer i vår businessmodell, produktportefølje, personale, samt strategi og samarbeidsforhold med våre kolleager i utlandet. Firmanavnet Würth Modyf ble registrert og godkjent i Brønnøysundregisteret 6.1.2020

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Arild Rød, Product Developer

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

arild.rod@modyf.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Würth MODYF AS kjøper i all hovedsak direkte fra leverandør, og hovedvolumet av varene kommer fra Asia. Vi produserer også varer i Europa, primært Portugal.

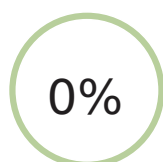
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

61

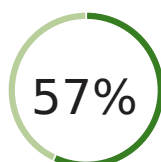
Kommentar til antall leverandører

Det er flere leverandører i 2019, det skyldes at vi også regner med mindre leverandører, samt at vi har blitt en del av en større internasjonal organisasjon, Würth MODYF.

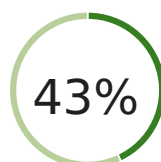
Type innkjøp/ leverandørforhold



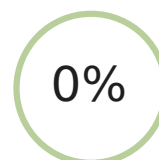
Helt/delvis egeneid
produksjon



Innkjøp direkte fra
produsent

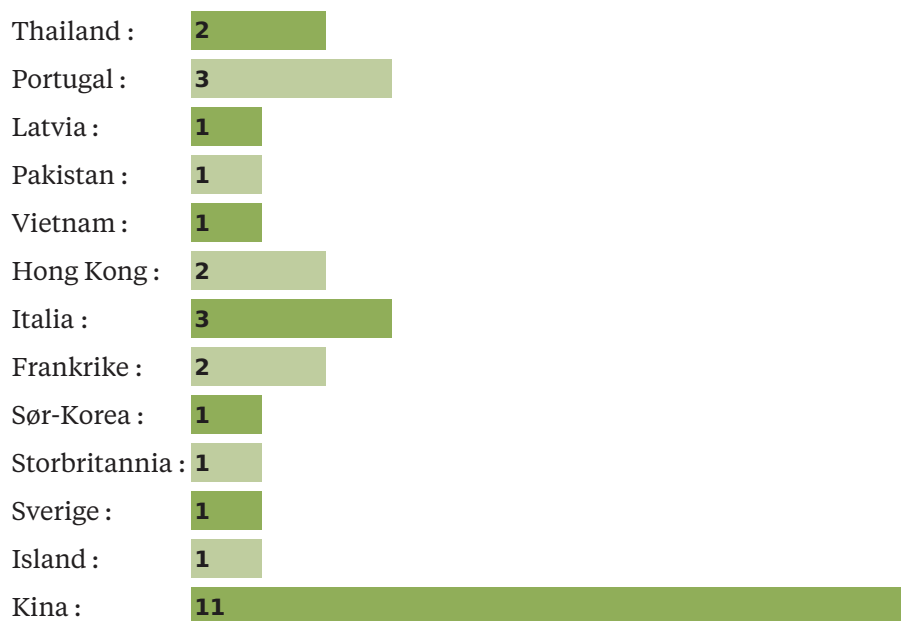


Innkjøp via
agent/mellomledd/in



Annet

Liste over førsteleddsprodusenter per land



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

Antall arbeidere

2 485

Antall produsenter dette er basert på

11

Kommentar til antall arbeidere

Dette er ikke bare arbeidere dedikert til våre merkevarer, men oversikt over antall arbeidere per leverandør.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Bomull	Kina
Polyester	Kina

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Nyansatte skal delta på innføringskurs hos IEH

Status: Gjennomført

2

Mål: Videreutvikle kommunikasjonsplanen for intern informasjon og opplæring

Status: Ikke Gjennomført

3

Mål: Utvikle interessentkart og lage plan for informasjon til disse

Status: Delvis gjennomført

4

Mål: Delta i relevante workshops og bransjeforum hos IEH for å utveksle erfaring og bygge nettverk

Status: Gjennomført

5

Mål: Code of Conduct skal overleveres, gjennomgås og godkjennes av alle som produserer vår merkevare

Status: Gjennomført hos hovedleverandører

6

Mål: Ferdigstille overordnet risikokartlegging basert på informasjon om land og bransjer vi opererer i

Status: Delvis gjennomført

7

Mål: Innhente informasjon om etiske retningslinjer fra våre 5 største leverandører hvor Synfiber opererer som distributør av annens merkevare, og sikre at de er på nivå med eller har forbedringsprosesser gående for å imøtekomme Synfibers CoC

Status: Ikke gjennomført

8

Mål : Fortsette dialogen med våre hoved-produsenter om behov for kompetansebygging for å etterleve kravene i Synfiber's CoC. Spesielt fokus på kommunikasjon via våre kvalitetskontrollører på fabrikkene i Asia.

Status : Ikke gjennomført

9

Mål : Etablere policy og rutine for valg av nye leverandører og utarbeide forbedrede rutiner for innkjøp. Også utarbeide en mal for kvalitetskontroll basert på CoC slik at våre retningslinjer blir fulgt.

Status : Gjennomført

10

Mål :

Status :

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Videreutvikle kommunikasjonsplanen for intern informasjon og opplæring. Opplæring av ansatte med bærekraftsansvar

2

Lage plan for informasjon til Interessenter

3

Delta i relevante workshops og bransjeforum hos IEH for å utveksle erfaring og bygge nettverk

4

Code of Conduct skal overleveres, gjennomgå og godkjennes av alle som produserer vår merkevare

5

Ferdigstille overordnet risikokartlegging basert på informasjon om land og bransjer vi opererer i

6

Innhente informasjon om etiske retningslinjer fra våre 5 største leverandører hvor Synfiber opererer som distributør av annens merkevare, og sikre at de er på nivå med eller har forbedringsprosesser gående for å imøtekomme Synfibers CoC

7

Fortsette dialogen med våre hoved-produsenter om behov for kompetansebygging for å etterleve kravene i Synfiber's CoC. Spesielt fokus på kommunikasjon via våre kvalitetskontrollører på fabrikkene i Asia.

8

Lage oppfølgingsplan av enkeltpunkter fra vår CoC ved hjelp av våre kvalitetskontrollører på fabrikker i Asia, spesielt mtp. tvangsarbeid, og HMS.

9

Ferdigstille interessentanalyse for bærekraftsarbeidet

10

Gjennomgå og oppdatere vår prinsipperklæring - Code of Conduct

11

Implementere punkt om bærekraft i alle nye stillingsinstrukser/arbeidskontrakter.

12

Gjennomgå og oppdatere Policy for bedriften.

13

Avklare ansvar for bærekraftig forretningspraksis internt og sette opp rapporteringsrutiner for rapportering til ledelsen.



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av bærekraft i virksomheten handler om å ha relevante policyer og retningslinjer på plass, og effektive styringssystemer for implementering av disse. Sentralt i dette er virksomhetens arbeid med aktsomhetsvurderinger. Det vil blant annet si å ha strategier og planer for hvordan virksomheten identifiserer og håndterer virksomhetens negative påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø, også gjennom forretningsforbindelser og i leverandørkjeden. Gjennom å håndtere dette på en god måte bidrar virksomheten til oppnåelse av bærekraftsmålene. Tydelig forventning fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Arbeid med bærekraft bør være en integrert del forretningsdriften. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy for egen virksomhet

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

ANSVARLIGHET

Synfiber AS - Würth MODYF AS er opptatt av ansvarlighet og miljø, både internt i hverdagen, og også hos våre samarbeidspartnere:

Vi er Miljøfyrtårnsertifisert. Miljøfyrtårn arbeider systematisk med miljøtiltak i hverdagen. Vi oppfyller bransjekravene, og gjennomfører tiltak for en mer miljøvennlig drift og godt arbeidsmiljø.

Vi er medlem i Initiativ for Etisk handel (IEH). Dette innebærer blant annet at vi forplikter oss til å jobbe for handel som fremmer menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, utvikling og miljø. Vi stiller krav til våre produsenter og følger også opp at våre klær blir produsert under anstendige forhold. Vi vektlegger langsiktig samarbeid med våre forbindelser, da dette skaper forutsigbarhet i produksjonsleddet.

Synfiber AS - Würth MODYF AS etterstreber at alle produkter blir laget med Øko-Tex100 sertifiserte stoffer. Dette betyr at tekstilet/materialet har blitt testet og at det er trygt å bruke i klær som er i kontakt med huden. Sertifiseringen garanterer at helserisikoen i tilknytning til stoffet er så lav som overhodet mulig. Dette er, med andre ord, en garanti for at skadelige kjemikalier som kan sitte igjen i det ferdige produktet ikke overstiger fastsatte grenseverdier. Minst 95 % av våre produkter er produsert av Øko-Tex 100- sertifiserte materialer.

Vi er også medlem i Grønt Punkt Norge og har allerede betalt for at emballasjen skal gjenvinnes. Men vi er avhengig av at du kildesorterer og leverer til resirkulering.

1.A.2 Hvordan er policy for egen virksomhet blitt utviklet og forankret?

Vår CoC - Policy er utviklet med basis i Etisk Handel Norge's prinsipperklæring. Vår policy er godkjent i ledergruppe og vedtatt av styre.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Arbeidet er lokalisert til Produktavdeling da det er disse som har mest daglig kontakt med våre leverandører og en naturlig kontakt og relasjon som man kan bygge videre på i arbeidet med å implementere prinsippene for ansvarlighet og bærekraftig handel.

1.B.2 Hvordan blir ansatte gjort klar over at virksomheten skal være bærekraftig, og betydningen det har for de ansattes stilling og arbeidsoppgaver?

Nyansatte får en innføring i vårt arbeid med etisk handel og for de relevante stillinger vil det også bli deltagelse på innføringskurs hos Etisk Handel Norge.

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

Ved å følge system og retningslinjer fra og i samarbeid med IEH, samt deltagelse på relevante kurs.

1.C. Planer og ressurser

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

Vi foretar årlige Audits basert på SMETA protokollen for å undersøke forholdene ved våre leverandørers produksjonssteder. Vi innhenter også relevante rapporter fra tilsvarende audits hos leverandører hvor vi ikke gjennomfører dette.

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

Det tas opp ved behov i de relevante fora ved anledning.

1.D Partnerskap og samarbeid med forretningsforbindelser, spesielt leverandører

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

Dette påpekes alltid ved valg av nye leverandører. For eksisterende produsjonsledd bruker vi også 3dje parts revisjon for å forsikre oss mot kritikkverdige forhold i produksjonsleddet.

1.E Erfaringer og endringer

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

Vi ser på vårt arbeid med Etisk Handel med grunnlag i en helhetsforståelse og evaluerer effekten innenfor rammen av måloppnåelse samt resultater av våre revisjoner hos partnere i asia.

For å få en hensiktsmessig progresjon fremmes tiltak med videreutvikling av strategi og målsetninger, samt oppfølging av revisjoner hos våre leverandører.

2

Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, samfunn og miljø

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

2.A Kartlegging og prioritering

PRIORITERT NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE FOR MENNESKER, SAMFUNN OG MILJØ

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

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

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Tvangsarbeid	Tvangsarbeid	Kina
HMS	Helse, miljø og sikkerhet	Kina

Vi ser Tvangsarbeid og HMS som våre mest prioriterte Salient Issues.

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

2.A.2 Beskriv kort virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og spesifikt hvordan den negative påvirkningen/skaden ble identifisert og prioritert i denne perioden. Beskriv hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert/ dere har snakket med.

vi benytter oss av tredjepartsrevisjon som ved hjelp av kriteriene fastslått i SMETA protokollen evaluerer våre leverandører opp i mot de gitte kriterier. Det rapporteres om avvik i rapport og det blir utstedt en corrective action plan (CAP) som gjennomgår ved neste revisjon.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

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

3

Håndtering av prioritert påvirkning

Stanse, forebygge eller redusere negativ påvirkning

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

3.A Stanse, forebygge eller redusere

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

Prioritert negativ påvirkning/skade	Tvangsarbeid
Overordnet mål :	Unngå tvangsarbeid
Status :	intervjuer gjennomføres av 3dje parts revisorer som del av SMETA protokollen.
Mål i rapporteringsåret :	Unngå Tvangsarbeid

Utforte tiltak og begrunnelse :

Audit - revisjon gjennomført av tredjeparts revisor.

Prioritert negativ påvirkning/skade	HMS
Overordnet mål :	Forebygge skader på arbeidsplassen
Status :	3dje parts revisorer sjekker forholdene på utvalgte fabrikker som del av revisjon basert på SMETA protokollen.
Mål i rapporteringsåret :	Forebygge skader på arbeidsplassen

Utførte tiltak og begrunnelse :

Audit - revisjon gjennomført av tredjeparts revisor.

ANDRE TILTAK FOR Å HÅNDTERE NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE:

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

3.B.1 Reduksjon av miljø- og klimafotavtrykk

Vi jobber med å konsolidere skipninger med container for å unngå å transportere luft.
Vi vurderer nytten av bedriftsreiser opp i mot klimaavtrykk.

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

vi legger opp til faste tidspunkter for skipninger. Vi legger også opp til 2 hovedleveranser i året Vår/høst for å gi større forutsigbarhet for våre leverandører. Vårt største søsterselskap, Würth MODYF i Tyskland etterspør også årlige forecast fra oss for å forberede leverandører på innkjøpsordrer fra Würth MODYF AS. Würth MODYF AS samarbeider og kjøper inn varer også fra vår internasjonale kolleksjon direkte fra gruppens leverandører.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Vi benytter oss av nesten utelukkende Oeko-tex sertifiserte materialer.
Vi etterspør at ullen brukt i våre produkter ikke stammer fra Mulesing utsatte sauebestander.

3.B.4 Støtte aktivt opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger, eller der lovverket ikke tillater dette, støtte aktivt opp om andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon

vi påpeker denne retten i våre retningslinjer, CoC.

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

3.B.6 Andre planer og utførte tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade

Vi vil vurdere å bytte leverandører som ikke lever opp til våre forventninger og krav mtp. code of conduct.



4

Overvåking av gjennomføring og resultater

Overvåkning av gjennomføring og resultater handler om hvorvidt virksomheten gjør gode aktsomhetsvurderinger. 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 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. Virksomhetene må ha rutiner og systemer for å overvåke gjennomføringen og resultatene for å kunne vurdere disse. Erfaringene virksomheten gjør seg med arbeidet med aktsomhetsvurderinger, brukes for å forbedre prosesser og resultater i fremtiden.

4.A. Overvåke og evaluere

4.A.1 Beskriv hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen gjennomføres i praksis

Produktavdeling følger opp relevante tiltak. Det benyttes 3dje parts revisjoner av leverandørene, her brukes firmaet Elevate international, Bureau Veritas Thailand, og BSCI revisjoner.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens og forretningsforbindelsers (f.eks. leverandørers) tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer.

Primært ved revisjoner, vi besøker også leverandører ved anledning og besøker da som hovedregel produksjonsstedene.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at a large, industrial-style metal pot or pan on a stove. The background is a blurred kitchen environment.

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. Det vil si ekstern kommunikasjon av policyer og retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, inkludert funn og effekt og resultater av tiltakene/aktivitetene.

5.A. Kommunisere eksternt

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

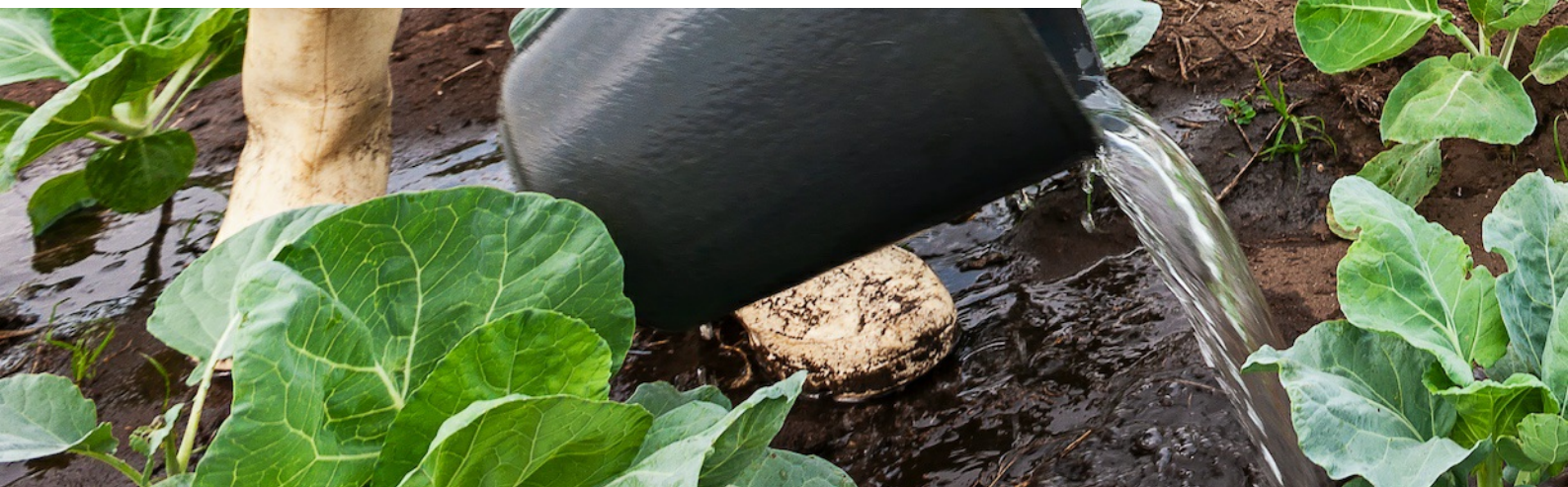
5.A.2 Beskriv hvordan virksomheten kommuniserer offentlig rundt eget arbeid med kartlegging og håndtering av negativ påvirkning/skade



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

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



6.A Gjenoppretting

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

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

6.B Tilgang til mekanismer for gjenoppretting

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

Kontaktinformasjon:

Würth MODYF AS (tidligere Synfiber AS)

Arild Rød, Product Developer

arild.rod@modyf.no