



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2020

for Artisti Profil 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

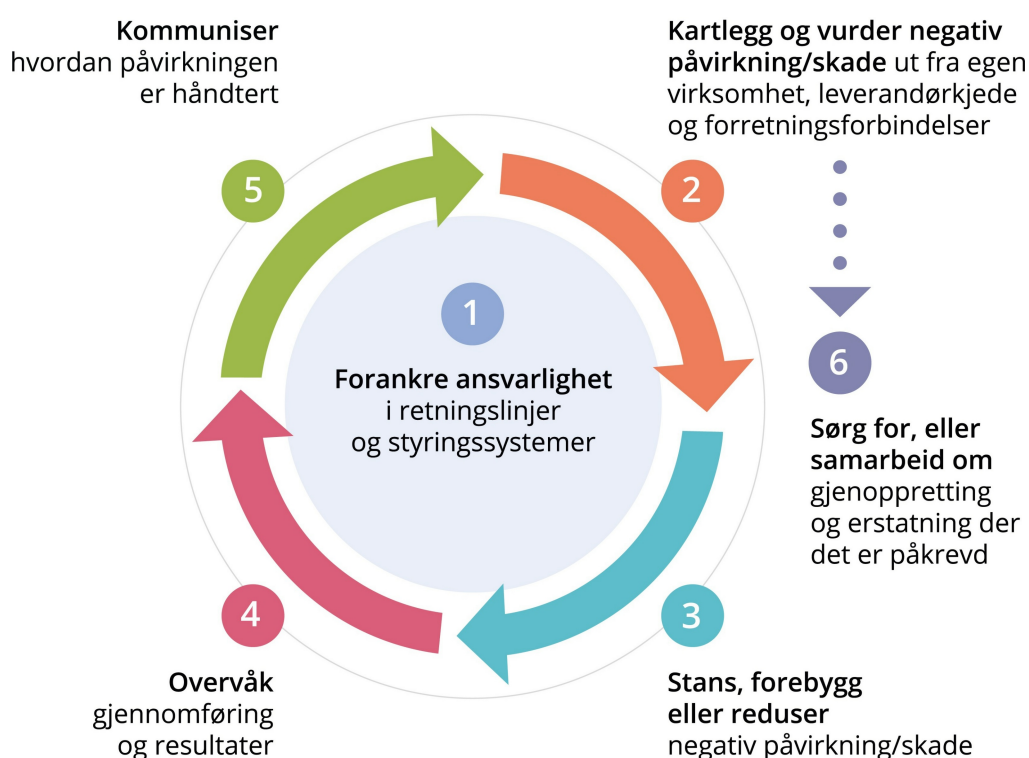
Daglig leder

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

En bærekraftig forretningspraksis er grunnleggende for all vår virksomhet. Vår policy for dette arbeidet har godt fotfeste i styre og ledelse.

Vi ønsker å være en pådriver for bærekraft og jobber aktivt opp imot alle FNs 17 bærekraftsmål for å minimere negativ påvirkning av mennesker, samfunnet og miljøet. Vi har utpekt to fokusområder hvor vi legger et ekstra fokus i vårt arbeid:

- ansvarlig innkjøpspraksis
- ansvarlig drift i egen virksomhet

Vi har vært medlem av Etisk Handel Norge siden 2008 og forpliktet oss til å jobbe aktivt for å skape kontinuerlig forbedring og bidra til å ivareta menneskerettigheter, bærekraftig utvikling og forsvarlig miljøhåndtering.

Vi er i tillegg tilknyttet den europeiske organisasjonen EcoVadis og rapporterer til dem årlig. Som eneste bedrift i vår bransje har EcoVadis sertifisert oss til GULL for vårt arbeid innenfor dette området.

Gjennom mange år har vi utarbeidet en omfattende innkjøpspolitikk, gode kontrollfunksjoner og etiske retningslinjer. Alle våre leverandører har signert og akseptert vår Code of Conduct. Alle ansatte har kontinuerlig opplæring og oppdatering på bærekraft og vår forretningspraksis forbedres og utvikles hver eneste dag - slik at vårt lille bidrag i den store verden skal ha en betydning.

Arbeidet med bærekraft er kontinuerlig, og vi øker våre interne ressurser ytterligere i 2021 for å bidra enda mer på dette området.

Vår rapport om etisk handel er offentlig tilgjengelig igjennom Etisk Handel Norge og offentliggjøres også på våre egne nettsider.

Oslo, 12. februar 2021

Tor Akersveen
Daglig leder
Artisti Profil AS
Tor Akersveen
Daglig leder

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Artisti Profil AS

Adresse hovedkontor

Strømsveien 308, 1081 Oslo, Norway

Viktigste merker, produkter og tjenester

Profil- og gaveartikler, Kundeservice, logistikk, varehotell, ERP-løsninger, e-handel. I tillegg tilbyr vi tjenester innen CRM og dialogmarkedsføring, design- og byråttjenester igjennom søsterselskapene i Artisti gruppen.

Beskrivelse bedriftens struktur

Artisti Profil AS er en totalleverandør av produkter og tjenester innenfor profil- og bedriftsgavemarkedet. Artisti Profil AS er et datterselskap av Artisti AS og en del av Artisti-gruppen.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

108 000 000

Antall ansatte

24

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

Det er ingen vesentlige organisasjonsendringer i 2020.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Tor Akersveen

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

ta@artisti.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

Artisti Profil AS har over mange år opparbeidet et stabilt og godt nettverk av produsenter, hvor mange av dem har vært faste leverandører til oss i godt over 10 år. Dette langvarige samarbeidet gir oss en større mulighet til å påvirke eventuelle forbedringsområder.

Vi har tett dialog med produsentene og har jevnlig besøk på fabrikkene, blant annet for å gjennomføre egne kontroller. Dette gir en trygghet for sikker og god produksjon, kvalitet og gode arbeidsforhold.

Vi benytter også et antall faste grossister i Europa som alle har god sertifisering og dokumentasjon på sine produkter og produsenter.

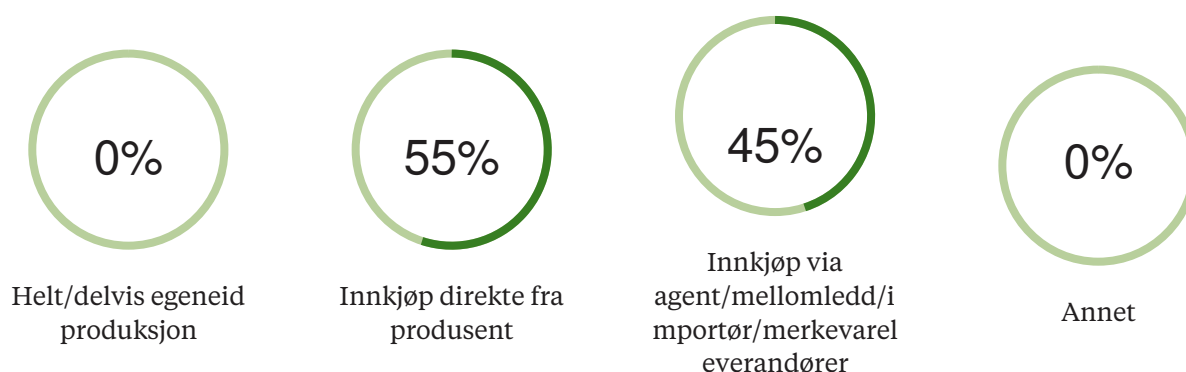
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

170

Kommentar til antall leverandører

Vi jobber kontinuerlig for å redusere antall leverandører for å ha enda bedre risikostyring på våre innkjøp.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Øvrige leverandører bedriften har hatt relasjoner med er innen andre områder enn produktleveranser.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	45
Polen :	5
Norge :	10
Tyskland :	5
Tyrkia :	1
Sverige :	9
Bangladesh :	1
Pakistan :	1
Taiwan :	3
Italia :	2

Dette er landene hvor vi selv kjøper direkte fra produsent og/eller der vi kjenner til fabrikkene som våre grossister benytter. I tillegg kommer et lite antall produsenter som våre grossister benytter hvor vi ikke har søkt opprinnelseslandene, men flere av de er fra de samme landene som nevnt i denne rapporten.

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

Antall arbeidere

10 000

Antall produsenter dette er basert på

80

Kommentar til antall arbeidere

Det er vanskelig å oppgi et antall arbeidere med nøyaktighet. Vi benytter stort sett mellomstore produsenter med alt fra 50-500 ansatte så vårt tall her er et anslag.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Tekstiler: bomull, ull, teknisk	Australia Kina Sør-Korea New Zealand Polen Tyrkia Taiwan
Elektronikk, komponenter	Kina Japan Sør-Korea Taiwan
Metall,	Kina
Plast	Kina Sør-Korea Taiwan

Små endringer i dette grunnet Covid-19.

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Kartlegge våre produsenter ytterligere med fokus på CSR og bærekraftig forretningspraksis.

Status: Delvis gjennomført. Kartlagt et antall leverandører, men på grunn av Covid-19 har dette blitt forsinket. Arbeidet vil fortsette i 2021.

2

Mål: Med utgangspunkt i ressurser fra Etisk Handel og Ecovadis skal vi jobbe tettere med våre produsenter for å bevisstgjøre dem på deres ansvar og muligheter innenfor bærekraftig forretningspraksis.

Status: Planen var å gjøre dette på våre årlige besøk hos fabrikkene. Vi har gjennomført dette delvis via digitale møter og oppfølging, og dette arbeidet vil fortsette i tiden fremover.

3

Mål: Vi skal kartlegge vår virksomhet i Norge opp i mot ISO 26000.

Status: Vi er i gang med arbeidet som vil fortsette ut i 2021.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Det skal gjennomføres interne workshops for å arbeide strukturert med analyse, målsetninger og dokumentasjon av vår forretningspraksis. Dette skal resultere i oppdaterte styringsdokumenter for vårt bærekraftarbeid. ISO 26000 og Etisk Handel Norges verktøykasse vil være rettesnorer for dette arbeidet.

2

Bevisstgjøre våre produsenter i deres ansvar og muligheter innenfor bærekraftig forretningspraksis.

3

Kartlegging av våre produsenter og leverandører med fokus på CSR og bærekraft.



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?

Vi er vårt samfunnsansvar bevisst både her hjemme og ute hos våre produsenter og leverandører rundt om i verden.

Vi jobber mot FNs bærekraftsmål med et ekstra fokus på bærekraftsmål nr 8 og nr 12.

Vår Code of Conduct er akseptert av alle våre produsenter og de leverer på de forutsetningene.

<http://www.artisti.no/profilartikler/code-of-conduct/>

Artisti Profil AS er sertifisert etter standardene NS-EN ISO 9001:2015 og ISO 14001:2015.

Artisti Profil AS har høyeste sertifisering (GULL) hos Ecovadis.

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

Vår policy for vår bærekraftige forretningspraksis er utviklet over mange år og godt forankret i styret og hos eierne.

Vårt medlemskap i Etisk Handel Norge siden 2008 har vært inspirerende i denne sammenheng.

I tillegg har vårt arbeid knyttet til ISO-sertifiseringer og ECOVADIS de siste 5 årene gitt oss gode verktøy for å utvikle en bærekraftig forretningspraksis.

Styret og ledelsen i selskapet er pådriver for dette arbeidet og selskapet har nedsatt en intern gruppe bestående av kvalitetsleder, innkjøpsleder og daglig leder for å sikre utvikling og forbedringer.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Alle ansatte er opplært og har god kunnskap om vår bærekraftige forretningspraksis og policy. Eier og ledelse er engasjert og delaktig i utvikling og gjennomføring.

Vår kvalitetsleder er sentral i all oppfølging av vårt arbeid med bærekraft, ISO-sertifisering, CSR og etisk handel. Vår innkjøpsleder har som en hovedoppgave å følge opp produsentene slik at de etterlever våre krav.

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

Bærekraftig forretningspraksis har vært en grunnpilar i all vår virksomhet siden år 2000 og alle ansatte er godt kjent med dette.

Alt arbeid som de ansatte utfører knyttet til innkjøp og salg er basert på kontrollrutiner rundt bærekraftig forretningspraksis

- våre innkjøpdokumenter, våre presentasjoner, våre kontrakter m.m. har alle punkter knyttet til bærekraft.

Alle nyansatte får en grunnleggende gjennomgang av vår policy på bærekraftig produksjon og forretningspraksis.

Bærekraft er tema på interne salgsmøter, personalmøter, i vår utstilling og i våre møter med kundene.

Det gjennomføres årlig 3-4 egne møter hvor bærekraft og elementer knyttet til dette er tema.

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

For å sikre at kjernepersonalet som jobber med aktsomhetsvurderinger har den nødvendige kompetanse har vi kontinuerlig informasjonsinnhenting fra Etisk Handel Norge, Ecovadis, Miljødirektoratet, våre største kunder, deltakelse på eksterne seminarer, hyppige besøk (flere ganger årlig) hos et større antall av våre produsenter i Europa og Asia m.m.

Vi ser også nøye på hva bedrifter i andre bransjer gjør som vi kan lære av.

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?

Det er nedfelt i vår strategi og vår forretningspraksis at etisk handel skal ligge til grunn for alle våre innkjøp og alt vårt samarbeid med våre leverandører og våre kunder.

Det er et stort fokus på arbeidsforhold, miljøforhold lokalt hos produsent og miljøaspekter knyttet til produktinnhold.

Rett materialvalg er en betydelig del av våre innkjøp ut i fra et bærekraftig synspunkt. Vi forsøker å optimalisere bruken av resirkulerbare og miljøvennlige materialer.

Vår bransje (i Norge) har hatt en positiv utvikling i 2020 ved at stadig flere av våre konkurrenter faktisk velger bærekraftige produkter (materialer) - ikke bare produkter som "ser" bærekraftige ut.

For alle offentlige innkjøp trumfer dessverre fortsatt pris på produktene bærekraft hvis merkostnaden blir for stor. Det er imidlertid en liten bedring på dette området sett opp i mot tidligere år.

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

Ledelsen er direkte involvert i det daglig arbeidet med bærekraft og jobber sammen med teamet som har dette som sin hovedoppgave.

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?

Vi kommuniserer med produsenter og leverandører på det lokale språket både skriftlig og muntlig i Kina. Vår innkjøpsansvarlige er i daglig kontakt med fabrikker og dette er en stor styrke i vårt arbeid med bærekraft ute hos våre produsenter.

Code of Conduct, egenerklæringer, rapporter m.m. foreligger alltid både på kinesisk og engelsk. Årlige møter/besøk hos produsenter benyttes også til å kontrollere og formidle våre budskap. I 2020 har det pga Covid-19 ikke vært mulig å besøke våre produsenter utenfor Norge. Vi har imidlertid begrenset antall produsenter noe inntil vi igjen kan foreta egne besøk og kontroller.

Vi skal i 2021 ytterligere styrke vår tydelighet gjennom en ny leverandørundersøkelse som skal utarbeides med hensikt å kartlegge våre leverandørers fokus og arbeid med bærekraft og bærekraftig forretningspraksis.

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 opplever en positiv utvikling blant kunder og interessenter knyttet til bærekraftig forretningsdrift og bærekraftige produkter. Kompetansen hos kundene er sterkt økende på dette området og derigjennom også en økt forståelse for at en bærekraftig produksjon ikke alltid kan være den rimeligste. Kunder viser en vilje til å betale det faktiske koster så lenge vi kan dokumentere merkostnaden i de tilfeller det er en merkostnad. Våre ansatte har en ytterligere økt kompetanse på dette området og våre kunder gir tilbakemeldinger om de har tillitt til vår kompetanse.

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
Råvarer - materiale, produksjon	Miljø	Globalt
Leveringstider og prispress - arbeidstider, overtid, tvangsarbeid, lønnsnivå	Tvangsarbeid	Globalt
Barns rettigheter	Barnearbeid	Globalt
Korrupsjon i verdikjeden - fra produksjon til transport	Korrupsjon	Globalt
Fotavtrykk i transport	Miljø	Globalt

All produksjon av varer har en viss påvirkning på mennesker, samfunn og miljø selv om det nødvendigvis ikke er direkte skadelig. Vi har jobbet i 20 år med å velge de rette fabrikkene, besøke dem, påvirke dem og veilede dem. Vi velger fabrikker etter nøye vurderinger med hensyn til de risikopunktene vi har identifisert.

Vi har interne retningslinjer, kontrollskjemaer for fabrikkbesøk, skjemaer for egenerklæring som de må fylle ut og vi innhenter 3-parts-rapporter knyttet opp til produsentenes arbeid med CSR. 3-parts rapportene er som oftest utarbeidet av Amfori-BSCI. Alle leverandører skal i tillegg godta vår Code of Conduct som omhandler rettigheter og retningslinjer.

Vi har kinesisk talende innkjøpsleder på vårt kontor i Oslo som snakker med arbeiderne på fabrikkene, de ansvarlige på fabrikkene, råvareleverandører med mer. De viktigste dokumentene foreligger både på kinesisk (Madarin) og engelsk slik at fabrikkene forstår innholdet.

Transport skal foregå på mest mulig miljøvennlig måte. Det er foretrukket bruk av båttransport, men vi opplever utfordringer med tidspress på en del oppdrag. I 2020 har det i tillegg vært store begrensninger på frakter fra Kina, både på båt- og flytransport. Noe transport er flyttet over til tog, men også her er priser og tilgjengelighet foreløpig noe begrenset.

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.

I tillegg til det som er kommentert under punkt 2A.1 så besøker vi de aller fleste fabrikkene vi benytter for å kartlegge og identifisere eventuelle risikoelementer. Dette dokumenteres og følges opp.

I 2020 har det på grunn av Covid-19 ikke vært mulig å besøke våre produsenter, men vår kinesisk talende innkjøpsleder har hatt direkte kontakt med kjernepersonale på fabrikkene utenom ledelsen der og igjennom denne kontakten kan vi avdekke noe avvik, men ikke av stor betydning i rapporteringsåret.

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.

Det er ikke avdekket vesentlige negative påvirkninger eller skade for mennesker, samfunn og miljø i 2020

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	Råvarer - materiale, produksjon
Overordnet mål :	Våre kunder skal veiledes til å velge materialer som ikke påvirker miljø og mennesker negativt.
Status :	Våre prosjektledere har grundig kunnskap om materialer, potensielle risikoområder og produksjonsmetoder og gir råd om dette til kunder. Vi har hatt tilfeller hvor vi har sagt fra oss leveranser fordi kunder har hatt ønsker om å gå på akkord med miljøet for å spare penger.
Mål i rapporteringsåret :	

Utforte tiltak og begrunnelse :

Prioritert negativ påvirkning/skade	Leveringstider og prispress - arbeidstider, overtid, tvangsarbeid, lønnsnivå
Overordnet mål :	Vi skal veilede våre kunder til å bestille varer i god tid for å gi fabrikkene tid til å planlegge produksjonen og i de tilfeller det er knapt med tid skal vi velge alternative løsninger.
Status :	Vi er bevisste på at tidspress - og et eventuelt prispress - kan medføre at produsentene presser arbeiderne for hardt og/eller reduserer deres lønninger hvis presset blir for stort. Vi har derfor tett dialog med våre produsenter og bytter ikke leverandør for å spare tid eller penger. Dette vet produsentene og vi har derfor åpen dialog om hva som er mulig innenfor de rammer som foreligger lokalt.
Mål i rapporteringsåret :	

Utførte tiltak og begrunnelse :

Vi har utarbeidet veiledere og planleggingskalendere for våre kunder slik at de i samarbeid med oss kan starte prosessene for produksjon tidligere for å redusere tidspress.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Barns rettigheter
Overordnet mål :	Barns rettigheter skal respekteres ihht FNs barnekonvensjon.
Status :	Gjennom tidligere kontroller og vedvarende samarbeid med et begrenset antall leverandører har vi god kontroll på dette.
Mål i rapporteringsåret :	

Utforte tiltak og begrunnelse :

Prioritert negativ påvirkning/skade	Korrupsjon i verdikjeden - fra produksjon til transport
Overordnet mål :	Artisti Profil skal ikke ha leverandører hvor korrupsjon forekommer.
Status :	Gjennom langvarige samarbeid med produsenter og transportører har vi ingen indikatorer på at det forekommer korrupsjon hos våre leverandører.
Mål i rapporteringsåret :	

Utforte tiltak og begrunnelse :

Prioritert negativ påvirkning/skade	Fotavtrykk i transport
Overordnet mål :	Redusere overordnet fotavtrykk i transport.
Status :	Løpende arbeid blant alle involverte i salg og innkjøp på å frakte minst mulig miljøbelastende. Kan allikevel være utfordrende når tidspress er en faktor.
Mål i rapporteringsåret :	

Utforte tiltak og begrunnelse :

Tverrgående tiltak for å håndtere negativ påvirkning/skade:

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

3.B.1 Reduksjon av miljø- og klimafotavtrykk

Rapport fra vår transportør gir oss et CO2-regnskap på transport på våre importere. Større fokus på tidlig planlegging i produksjonsfasen gjør at man kan få mindre transport med fly og prioritere båt som transportmiddel. Vi har valgt flere nærliggende produsenter for å redusere transport og derigjennom redusere skadelige utslipp. Vi gir klare råd til våre kunder om å velge produkter med gode råvarer og som produseres på de mest miljøvennlige metoder.

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

En detaljert revisjon og gjennomgang av vår innkjøpsprosess ble gjennomført høsten 2019 og presentert i en master-oppgave.

Som resultat av dette har vi i 2020 redusert antall leverandører og fått en enda bedre kontroll i leverandørkjeden. Covid-19 har imidlertid redusert den ønskede fremgangen på dette området noe.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Det er generelt et større fokus på bærekraft og miljø blant kunder og underleverandører. Vi ser noe bedring hos produsentene, men vi er fortsatt avhengige av å følge godt med. Falske sertifikater og testrapporter eksisterer, og vi har interne rutiner for å sjekke dette.

Kunnskapen internt i Artisti Profil har økt etter gjennomgang av en mengde internasjonale artikler, interne foredrag, miljødager og seminarer. Bevisstgjøring og årvåkenhet rundt temaene er viktigere enn noen gang. I forbindelse med oppdatert innkjøpsprosess er det innført en egen kontrollfunksjon for kontroll av sertifikater og testrapporter, i tillegg til kontroll av generelle krav til produktmerking.

Det legges vekt på valg av bærekraftige produkter i den grad dette er mulig. Bærekraftige produkter i mange tilfeller vil innebære en kvalitetsøkning og noe prisøkning, men vil samtidig øke produktets levetid og redusere miljøbelastning både ved forbruk og produksjon.

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

Artisti Profil AS krever av alle sine underleverandører at ILO-konvensjonen følges og at arbeidsforholdene generelt er gode. Vi skal samtidig ha respekt for lokale forhold.

Vi er klar over at det er en mindre grad av fri fagorganisering i Kina hvor vi først og fremst produserer. Fabrikkene vi benytter er relativt små og vi har igjennom tett dialog med bedriftene - og de ansatte - en viss mulighet til å påvirke bedriftens behandling av de ansatte, men ingen reell påvirkning knyttet til fagorganisering eller ikke.

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

Artisti Profil AS oppfordrer til økt kompetanseheving og utvikling, men krever ikke dette, ut over vår Code of Conduct, hos våre leverandører og produsenter i Østen pr i dag.

For å forebygge noe risiko har vi flyttet en del innkjøp til norske og europeiske leverandører, og har blant annet noen etablerte leverandører med ISO 26000-sertifisering. I disse landene har vi noe større påvirkningskraft.

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

Vi har i 2020 ikke hatt mulighet til å besøke fabrikkene og derigjennom drive direkte påvirkning. Vår erfaring er at tilstedeværelse og personlig kontakt har bidratt til endringer og gode tiltak på en del fabrikker. Dette vil derfor fortsatt være et hovedfokus for oss når Covid-19 reduseres og mulighetene for å reise igjen åpner seg.



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

Daglig leder, kvalitetsleder og innkjøpsleder har det overordnede ansvaret for overvåkingen. De er også i det daglige involvert i arbeidet.

Vi har overordnede handlingsplaner og revisjonsprogrammer innen ISO-sertifiseringen som inkluderer oppfølging og evaluering av leverandører.

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.

Artisti Profil hadde som mål å opprette og distribuere en leverandørevaluering i 2020, men dette er blitt forsinket pga Covid-19. Dette arbeidet kommer i gang igjen så snart ting normaliseres.

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 setting.

5

Kommunikasjon av hvordan negativ påvirkning/skade er håndtert

Forutsetningen for god ekstern kommunikasjon om arbeidet knyttet til virksomhetens 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

I den grad det er negativ påvirkning/skade gjennom produksjon vil kommunikasjon skje direkte med de berørte parter. Dette vil skje enten ved egne besøk eller via digital kommunikasjon der egne besøk ikke er mulig. Selskapet har utarbeidet en beredskapsplan inndelt etter produktkategorier, som beskriver hvilke tiltak som skal settes i gang ved negative hendelser.

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

Våre fabrikkbesøk og deltagelser på messer og arrangementer blir dokumentert i sosiale medier, i nyhetsbrev og presentasjoner overfor våre kunder.

Artisti Profil offentliggjør sin rapport fra Etisk Handel Norge på våre nettsider, samt våre ulike sertifikater og sertifiseringer.

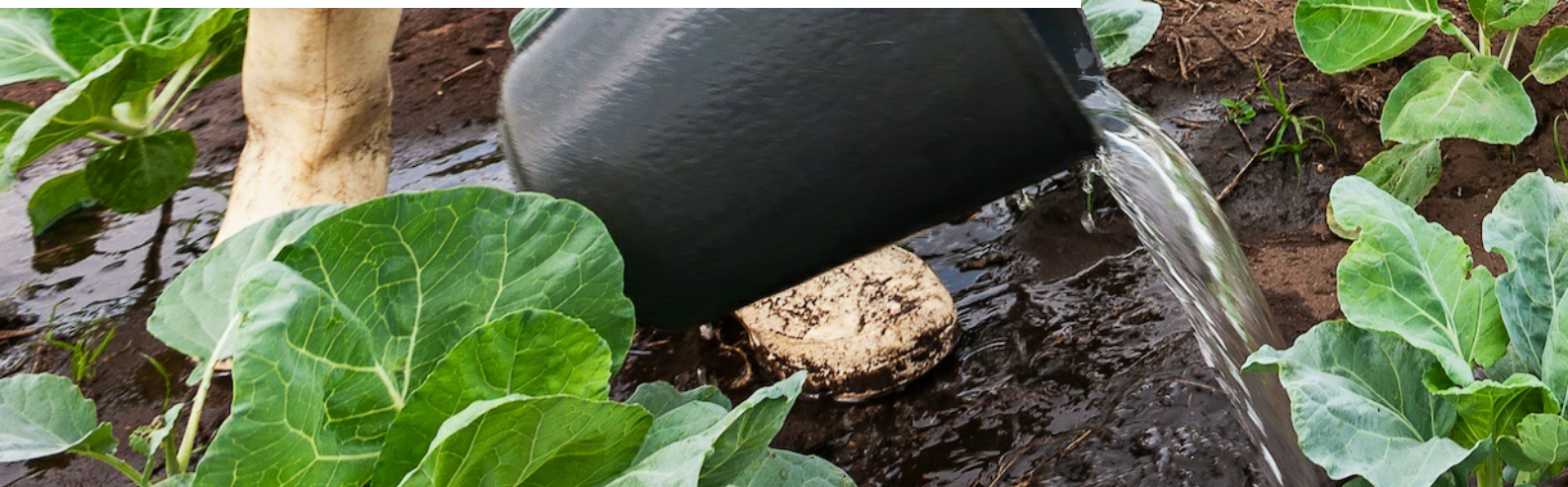
Det har ikke vært negative påvirkninger eller hendelser i 2020 som fordret offentlig kommunisert oppmerksomhet.



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

Vi har utarbeidet en beredskapsplan som beskriver hvordan vi skal opptre hvis det skulle oppstå behov for gjenoppretting.

Beredskapsplanen dekker det aller meste av ulike produktvarianter (kvaliteter som elektronikk, leker, tekstiler, metaller, væsker m.m.), miljø, energi og menneskelige faktorer.

Beredskapsplanen er en viktig del i vårt kvalitets- og miljøarbeid og tilhørende dokumentasjon.

Det har ved rapporteringstidspunktet ikke vært hendelser av betydning som har medført at beredskapsplanen har vært i aktivt bruk.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke vært avvik som har krevd noen form for gjennomretting 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

Vi snakker både med ledelse og ansatte ved våre fabrikkbesøk og opplyser om nødvendigheten av å ha korte, trygge og tydelige linjer for rapportering hos produsentene for å sikre effektiv gjenoppretting eller endring hvis nødvendig. Dette har vi dessverre ikke fått gjort i 2020 grunnet internasjonale reiserestriksjoner.

Kontaktinformasjon:

Artisti Profil AS
Tor Akersveen
ta@artisti.no