



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2020

for Europris 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

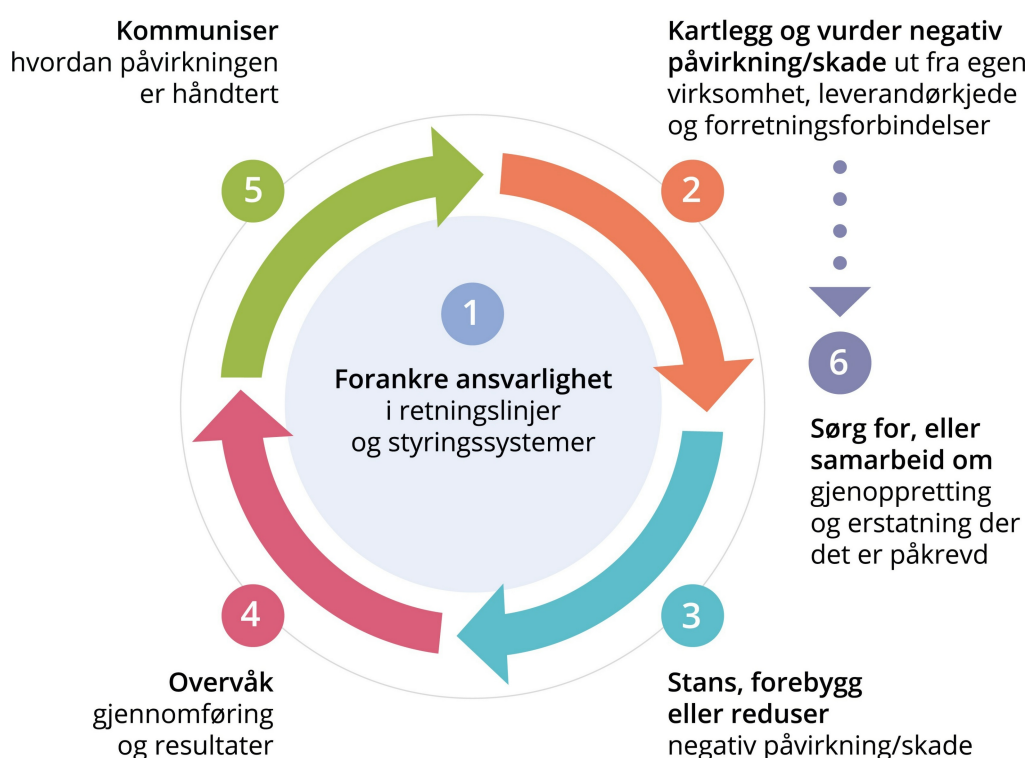
Daglig leder

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

Europris er en stor børsnotert handelsaktør som berører mange ansatte og leverandører. Vi kjøper inn store volum av produkter fra en rekke land og dette medfører et stort ansvar. Europris er en ekspansiv virksomhet og vekst gir grobunn for et større miljømessig fotavtrykk. Europris deler vår alles bekymring for klimaendringene og erkjenner at det er en betydelig bærekraftsrisiko, men også muligheter knyttet til vår drift. Europris krever ærlighet, integritet, lojalitet og redelighet i alle forhold som vedrører vår forretningsvirksomhet. Våre ansatte, kunder, investorer og leverandører forventer at vi bryr oss om hvordan vi handler og hvordan vi påvirker omgivelsene. Som en del av vår offensive strategi, er det vår ambisjon å stadig bli litt bedre. Samarbeidet med Initiativ for etisk handel er et viktig verktøy for å nå våre mål på dette området.

Espen Eldal

Administrerende direktør Europris AS

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Europris AS

Adresse hovedkontor

Dikeveien 57, 1661 Rolvsøy

Viktigste merker, produkter og tjenester

Europris har et bredt vareutvalg i de fleste kategorier som dagligvare, vask og rengjøring, tekstiler, sport og fritid og interiør, men er også store på sesongavhengige varer. Vi selger mange av de mest kjente merkevarene i tillegg til våre egne merker, E

Beskrivelse bedriftens struktur

Bedriften er organisert med Europris AS som grossist og kjedesentral. Kjedens butikker er organisert som egne butikker gjennom Europris Butikkdrift AS og franchise butikker er organisert som egne AS

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

8 354 135 000

Antall ansatte

1 972

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

Europris har kjøpt 20% av Runsvengruppen (ØoB) i Sverige. ØoB er en svensk butikkjede tilsvarende Europris. Europris har en opsjon på å kjøpe de resterende 80% i løpe av 2021.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Rino Lithander

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

rino.lithander@europris.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjeden

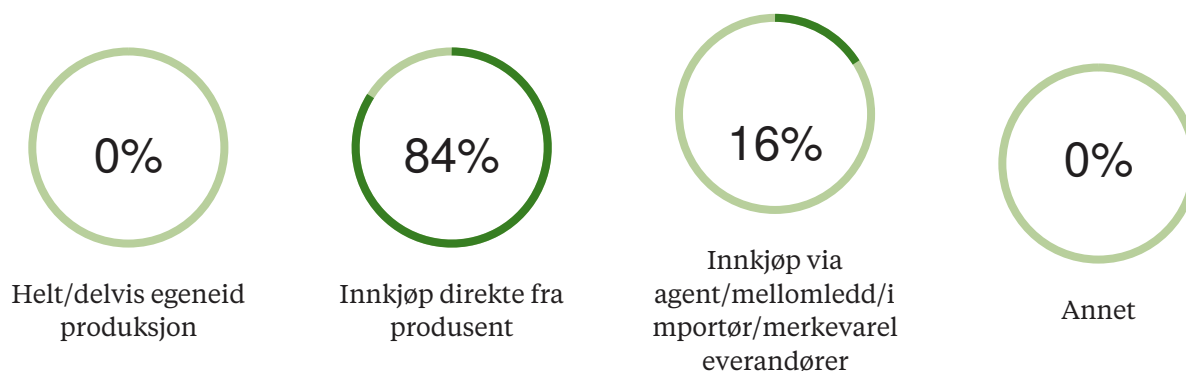
Europris benytter en innkjøpsmodell med fokus på effektivitet over hele verdikjeden fra fabrikk til kunde. Lave kostnader sikres gjennom optimaliserte og effektive sourcing-, logistikk- og distribusjonsprosesser. Innkjøp gjøres hovedsakelig direkte fra leverandører. Etisk handel på tvers av leverandørkjeden er sentralt i Europris verdigrunnlag.

Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

823

Kommentar til antall leverandører

Type innkjøp/ leverandørforhold



Andel av innkjøpsvolum direkte fra produsent gjelder Asia hvor vi handler via eget innkjøpskontor i Kina.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Globalt : 469

Vi har vurdert det slik at en virksomhet er en førsteleddsprodusent også i de tilfellene hvor kommunikasjonen foregår via et salgskontor.

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

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

Kommentar til antall arbeidere

Vi har ikke tall på antall arbeidere på produsentnivå.

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Smågodt	Sverige
Sjokolade	Norge
Vask og rengjøring	Norge
Kaffe	Norge
Toalett- og tørkepapir	Sverige
Kaffe	Sverige
Kosmetikk	Norge
Elektriske artikler	Kina
Oppbevaringsbokser	Danmark
Interiør	Kina
Utemøbler	Kina

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Sette klare bærekraftsmål og rutiner på kategorinivå

Status: Pågående

2

Mål: Øke andel BSCI sertifisert leverandører i Kina.

Status: Pågående

3

Mål: Konkretisere og videreutvikle bærekraftsstrategien

Status: Pågående

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Europris mål for kommende år er å videreføre, kartlegge og konkretisere ytterligere for å sikre en etisk og bærekraftig drift og leverandørkjede.



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?

Europris har et ansvar for å sikre at virksomheten drives slik at menneskelige og miljømessige forhold blir ivarettatt. Som et resultat av denne erkjennelsen har Europris fokusert på den sosiale og miljømessige innvirkningen av sin virksomhet, omsorg for sine ansatte og samfunnene hvor vi opererer.

Europris er forpliktet til å ta konkrete tiltak for å minimere den negative miljøpåvirkningen som følge av virksomhetens drift. Siden Europris er en forhandler av lavprisvarer, mener ledelsen at selskapets innvirkning på miljøet først og fremst skyldes valg av leverandører, produkter, transport og daglig drift av butikker, lager, hovedkontor og innkjøpskontor i Kina. Europris sentrallager og hovedkontor er Miljøfyrtårn-sertifisert og har implementert energibesparende og avfallsreducerende prosjekter som tar sikte på å redusere energiforbruket, øke sorteringsgraden av avfall og utvikle en effektiv og gjenvinnbar emballasje for våre produkter. I tillegg har Europris et strukturert distribusjonsnettverk for å fremme effektiv transport og levering av varer. Blant annet gjennom bruk av sjøfrakt for å levere produkter direkte til visse butikker.

Europris er også forpliktet til å fremme en adferd som viser respekt og omtanke for andre og følger lover og regler for helse, sikkerhet og miljø. Europris ønsker et høyt arbeidsnærvær og vil oppnå dette ved å fremme de ansattes helse og påvirkningskraft. I tillegg fokuserer Europris på opplæring og utdanning av sine ansatte på tvers av organisasjonen.

Les mer om dette på:

<https://investor.europris.no/about-us/corporate-governance/policies/default.aspx>

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

Policy er utarbeidet av juridisk avdeling, videreført i en nyopprettet bærekraftavdeling og forankret i konsernstyret.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

For å styrke Europris arbeid med bærekraft ytterligere har Europris ansatt en Bærekraftsjef som begynte i januar 2020. Bærekraftsjefen har et ansvar for å følge opp bærekraftstrategien og rapporterer til direktør for strategi, bærekraft og organisasjonsutvikling som er direkte underlagt administrerende direktør.

Det er også opprettet tverrfaglige team bestående av personer fra ulike avdelinger/funksjoner, slik at en bærekraftig forretningspraksis kan implementeres på tvers av organisasjonen .

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

Ansatte i Europris blir gjort klar over at virksomheten skal være bærekraftig gjennom følgende kanaler:

- Månedlige samtaler med de ansatte på eget innkjøpskontor i Kina.
- En kvartalsvis oppdatering til ansatte på hovedkontor, sentrallager og butikk.
- Månedlige komitemøter hvor aktuelle saker blir diskutert med de bærekraftansvarlige i hvert avdeling og videreformidlet til medarbeidere som blir påvirket.
- Årlige bærekraftdager med fokus på informasjon, inspirasjon og oppdatering.
- En egen åpen gruppe om bærekraft på Workplace hvor informasjon om aktuelle saker blir lagt ut.

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

Det sikres at relevante ansatte har tilstrekkelig kompetanse ved at:

- Ansatte på eget innkjøpskontor i Kina har gjennomført kurs i regi BSCI Amfori.
- Europris kvalitetssjef har gjennomført kurs i regi Etisk handel Norge.
- Det er planlagt at flere relevante ansatte skal gjennomføre kurs i regi Etisk handel Norge i løpet av 2021.

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?

Europpris forpliktelser om å respektere mennesker, samfunn og miljø er forankret i bærekraftstrategien. Bærekraftavdelingen har som mål å konkretisere, lage handlingsplaner og gjennomføre tiltak der det trengs.

Bærekraftstrategien, planer og tiltak synliggjøres i den årlige bærekraftrapporten som er offentlig tilgjengelig på Europpris hjemmeside. (<https://investor.euopris.no/financials/annual-reports/default.aspx>)

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

Europpris strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig følges opp ved at:

- Bærekraftsjef rapporterer ukentlig til ledelsen.
- Ledelsen rapporterer kvartalsvis til styret, og årlig på strategiplanen.

Viktige temaer for ledelsen og styret er å

- øke antall bærekraftige produkter.
 - synliggjøre bærekraftige produkter i butikkene.
 - fortsette det gode arbeidet med bærekraftig og gjenvinnbar emballasje
 - videreutvikle tilbudet om internkursing og kompetanseheving.
-

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?

Europris tydeliggjør viktigheten av ansvarlighet og bærekraft i møte med forretningspartnere ved at etiske retningslinjer gjennomgås og er en del av signerte samarbeidsavtaler, og ved å arrangere leverandørsamlinger hvor dette er et viktig tema.

<https://investor.europris.no/about-us/corporate-governance/policies/default.aspx>

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?

I løpet av 2020 har det vært et mye større fokus på bærekraft i sin helhet, særlig fra investorer, banker, analytikere etc. Dette har medført at styret og ledelsen i Europris har intensivert og understreket viktigheten av arbeidet med bærekraft.

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	Geogr afi
- Personskader - Negativ påvirkning på samfunn og miljø -Barnearbeid - Rettferdig lønn og arbeidsvilkår		Kina

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.

Europris rutiner for kartlegging og identifisering av risiko bygger på et samarbeid mellom kvalitetsavdelingen på eget kontor i Kina og kvalitetsavdelingen på hovedkontoret i Fredrikstad.

Kriteriene som er lagt til grunn for å prioritere hvilke leverandører som kartlegges er: Produsentland, risikoområde, risikoprodukt og volum

Omfanget (andel og geografisk område) av leverandører som er kartlagt er hovedsakelig i Kina

Metodene som er benyttet i kartleggingen er tredjeparts fabrikkrevisjoner (hovedsakelig BSCI), egne fabrikkrevisjoner utført av kvalitetssjef på Kina-kontoret og besøk og evaluering gjennomført av produksjefer/innkjøpere fra hovedkontoret.

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.

Ingen annen negativ påvirkning/skade ble identifisert i rapporteringsåret.

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	- Personskader - Negativ påvirkning på samfunn og miljø -Barnearbeid -Rettferdig lønn og arbeidsvilkår
Overordnet mål :	Implementere bærekraft og etisk handel som en naturlig del av leverandørkjeden og på tvers av organisasjonen
Status :	Pågående
Mål i rapporteringsåret :	- Øke andel bærekraftige produkter og innkjøp - Øke andel BSCI sertifiserte leverandører i Kina - Redusere CO2-fotavtrykket - Bidra til mindre plastforsøpling og mikroplast

Utførte tiltak og begrunnelse :

- Vi har definert hvilke 3. parts bærekraftsertifiseringer Europris ønsker å fokusere på, kartlagt 595 bærekraftige varer i eget sortiment og utviklet egne bærekraftige merkevarer.
- Vi har økt andel BSCI sertifiserte leverandører i Kina til 63%, og satt en målsetning om en andel på 100% innen utgangen av 2023.
- Vi har oppnådd en 10 % energireduksjon i våre butikker med en aktiv energioppfølging og overgang til LED-belysning. Vi har flyttet inn et nytt sentrallager og administrasjonsbygg med energibesparende løsninger. Vi fokuserer på mindre avfall og tilrettelegger for økt sorteringsgrad på tvers av organisasjonen med en målsetning om en sorteringsgrad på 85%.
- Vi har avlagt Grønt punkts plastløfte hvor vi har forpliktet oss til å jobbe aktivt for en emballasje med mindre plast, mer resirkulert materiale og design for gjenvinning. Vi har også faset ut engangspplastprodukter som bestikk, bomullspinner, servise m.m.

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

- Vi har definert hvilke 3. parts bærekraftsertifiseringer Europris ønsker å fokusere på, kartlagt 595 bærekraftige varer i eget sortiment og utviklet egne bærekraftige merkevarer.
- Vi har økt andel BSCI sertifiserte leverandører i Kina til 63%, og satt en målsetning om en andel på 100% innen 2023.
- Vi har oppnådd en 10 % energireduksjon i våre butikker med en aktiv energioppfølging og overgang til LED-belysning. Vi har flyttet inn et nytt sentrallager og administrasjonsbygg med energibesparende løsninger. Vi fokuserer på mindre avfall og tilrettelegger for økt sorteringsgrad på tvers av organisasjonen med en målsetning om en sorteringsgrad på 85%.
- Vi har avlagt Grønt punkts plastløfte hvor vi har forpliktet oss til å jobbe aktivt for en emballasje med mindre plast, mer resirkulert materiale og design for gjenvinning. Vi har også faset ut engangsplastprodukter som bestikk, bomullspinner, servise m.m.

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

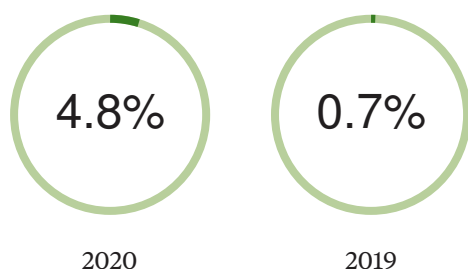
Europris har fulgt opp produsenter i Kina gjennom et eget Kina-kontor. Kina-kontoret sikrer at språklige og kulturelle utfordringer blir ivaretatt. Det gjennomføres regelmessig CoC og BSCI fabrikkrevisjoner . Europris har blitt medlemmer av BSCI Amfori og har fokus på å øke antall sertifiserte leverandører. Dette er med på å sikre fabrikkarbeidernes rettigheter og sikkerhet.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

- Europris har definert hvilke 3. parts bærekraftsertifiseringer vi ønsker å fokusere på, kartlagt 595 bærekraftige varer i eget sortiment og utviklet egne bærekraftige merkevarer.

Indikator

Andel innkjøpte produkter med assosiert risiko som har bærekraftssertifisering



Andel av aktive varelinjer.

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

Europris støtter aktivt opp om arbeiderenes rettigheter og sikkerhet ved fokusere på at alle leverandør i Kina skal være BSCI sertifisert innen utgangen av 2023.

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

Europpris bidrar til utvikling, kompetanseheving og opplæring av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden ved å gjennomføre kurs for ansatte på eget Kina-kontor og følge opp fabrikker i henhold til rutiner i BSCI Amfori.

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



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

Det overordnede ansvaret ligger hos Direktør Strategi, Bærekraft og HR/organisasjonsutvikling. Utøvende ansvar ligger hos HR sjef og HMS sjef for egenansatte, og Bærekraftssjef har utøvende ansvar for leverandører/eksterne forhold.

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.

Europpris sannsynliggjør at tiltak fungerer via systemrevisjoner, fabrikkbesøk, undersøkelser lokalt og gjennom BSCI AMFORI medlemskap og forpliktelsene dette medfører.

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

Europris kommuniserer med berørte interessenter om negativ påvirkning eller skade direkte med relevante ansatte hos virksomheten det gjelder eller via Kina-kontoret når det er foreliggende språklige eller kulturelle barrierer.

Avvikene følges opp med fabrikkrevisjoner for å sikre at den negative påvirkningen ikke gjentas.

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

Europris kommuniserer eget arbeid med kartlegging av negativ påvirkning/skade på egen hjemmeside og en årlig bærekraftsrapport.



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

Europris krever ærlighet, integritet, lojalitet og redelighet i alle forhold som vedrører vår forretningsvirksomhet. Våre ansatte,

kunder, investorer og leverandører forventer at vi bryr oss om hvordan vi handler og hvordan vi påvirker omgivelsene.

Varer som er kjøpt hos Europris kan byttes i alle Europris sine butikker uavhengig av hvilken butikk de er kjøpt i, her

også netthandel. Dette gjelder ordinært bytte, reklamasjon og garanti, 100 dagers åpent kjøpt, 100% fornøyd garanti

og våre andre garantier.

Det er opprettet egne rutiner for gjenoppretting av 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

Europris sikrer at påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til effektive mekanismer for gjenoppretting ved å:

- inngå skriftlige samarbeidsavtaler hvor etiske retningslinjer er inkludert
- kreve at leverandøren har en gyldig BSCI sertifisering. BSCI sertifiseringen skal sikre at arbeiderenes rettigheter og sikkerhet er ivaretatt.
- overvåke ved å gjennomføre jevnlige fabrikkrevisjoner utført både av 3.part og eget Kina-kontor.

Kontaktinformasjon:

Europris AS
Rino Lithander
rino.lithander@europris.no