



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2021

for Christiania Sport AS

□





Til lesere av rapporten

Næringslivet har stor påvirkning på mennesker, samfunn og miljø og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor også en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål. Alle selskaper, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning samt rette opp skade for mennesker, samfunn og miljø – såkalte aktsomhetsvurderinger (due diligence). Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner. Større virksomheter er fra og med 1. juli 2022, gjennom åpenhetsloven, lovpålagt å utføre dette arbeidet og vise åpenhet om det ved å rapportere offentlig om arbeidet.

Medlemmer i Etisk handel Norge har forpliktet seg til å jobbe med aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Til grunn for dette arbeidet ligger Etisk handel Norges prinsipper (vår code of conduct), som dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd.

Malen for medlemsrapporten er utformet for at virksomheten skal vise åpenhet om sitt arbeid med ansvarlig næringsliv og bærekraftig forretningspraksis, som beskrevet i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. I rapporteringen skal det inngå hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger og beskrive hvilke utfordringer virksomheten står overfor, hvilke tiltak som gjennomføres for å håndtere utfordringene samt fremdrift og resultater. Alle medlemsrapportene gjøres offentlig tilgjengelig på Etisk handel Norges hjemmesider.

Heidi Furustøl

Daglig leder

Etisk handel Norge

Aktsomhetsvurderinger

Denne rapporten er bygget rundt FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs modell for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Modellen har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig og bærekraftig forretningspraksis. Å være god på aktsomhetsvurderinger betyr ikke at en virksomhet ikke har negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, men heller at virksomheten er åpen og ærlig om utfordringer og håndterer dette på best mulig måte i samråd med sine interessenter. Denne rapporten er delt inn i kapitler basert på denne modellen.



Forord av daglig leder

Christiania sport AS ble etablert i November 2000 som en distributør av sportsutstyr i Grensen, Oslo. I 2019 endret selskapet struktur og baserer nå sin drift på videresalg av sportsutstyr og profileringsutstyr til bedrifter.

Vi har et stort fokus på miljø og et sterkt ønske om å levere mest mulig bærekraftige produkter. Gjennom riktige holdninger, opplæring og informasjon kan vi som distributør og produsent faktisk gjøre ganske mye. Vi har vår forankring i sportsbransjen. Her har helse, bærekraft og miljø vært fokusområde i mange år. Vi vil forsøke å skape et sunt, bredt og rikt arbeidsmiljø der den enkelte gis rom til utvikling. Vi vil aktivt søke agenter og produsenter der sunt miljø og arbeidsforhold kan dokumenteres.

Christiania Sport sier; «Kjøp heller én bærekraftig jakke til de ansatte én gang i året, i stedet for 3-4 billig-jakker som samlet koster det samme». Dette er ikke bare miljømessig nødvendig for å skåne planeten vår, det er også økonomisk lønnsomt.

For vi vet verdien av å kjøpe kvalitet. Derfor har vi avtale med de beste merkevareleverandører i klassen innen alle produktgrupper.

Vi tror at hvis bedriftene ønsker å overleve i framtiden, må de vise sosialt ansvar. Produksjon av bærekraftige produkter vil være vårt ledd i denne strategien.

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

Birger Bjune
Daglig leder

Nøkkelinformasjon om bedriften og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om bedriften

Navn på bedriften

Christiania Sport AS

Adresse hovedkontor

Olaf Helsets vei 5A , 0694 Oslo

Viktigste merker, produkter og tjenester

Ledende merkevarer innen sport, mote og profil.

Beskrivelse av bedriftens struktur

Vi er en liten bedrift med flat struktur og kun to ansatte i 2021. Vi gikk inn i 2022 med nyansettelser på to stk. Det er hele tiden en åpen kommunikasjon de ansatte i mellom da vi sitter i åpent landskap. 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)

8 500 000

Antall ansatte

2

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Det har blitt ansatt to nye personer i slutten av 2021 som har oppstart i 2022

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Ina Borch

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

ina@christianiasport.no

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av bedriftens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Innenfor tekstil forhandler vi fra norske merkevarer som blandt annet Bergans, Swix, Helly Hansen, Ulvang, Devold

ol. Profilartikler og firmagaver kjøpes gjennom kjente kanaler og velorganiserte distributører som er valgt med omhu med tanke på bærekraft og våre etiske retningslinjer.

Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

42

Kommentar til antall leverandører

Antall leverandører varierer ihht etterspørsel.

Type innkjøp/ leverandørforhold



Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina :	10
Tyrkia :	3
Litauen :	2
Polen :	2

Vi har gått igjennom rapportene til de av våre leverandører som er medlem av Etisk handel Norge. Vi har også snakket direkte med bærekraftsansvarlig hos noen av disse samt hos andre leverandører. Vi vil fortsette å kartlegge førsteleddsprodusenter hos leverandører som ikke er medlemmer. Målet er å få en god oversikt over dette i løpet av 2022.

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

Antall arbeidere

Antall produsenter dette er basert på

3

Antall arbeidere per produsent (kalkulert snitt)

120

Kommentar til antall arbeidere

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Tekstil	Kina Litauen Tyrkia
Metallprodukter	Polen

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Nei

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Implementere våre holdninger hos flere produsenter samt egne ansatte.

Status: Gjennomført hos egne ansatte og fortsatt pågående hos nye produsenter. I dag vet våre ansatte hvilke verdier og risikofaktorer som er viktig og hva vi ønsker å ha fokus på.

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Vi starter året 2022 med nye ansatte og ny struktur i firmaet. Målet er å få økt kompetanse via kurs hos Etisk handel Norge slik at vi står sterkere i jobben med vår aktsomhetsvurdering gjennom året. Ny struktur betyr også nye hjemmesider som skal stå klare i løpet av første kvartal 2022. Der vil det komme en egen underside for bærekraft som gjør det enklere for leverandører og kunder å finne våre sertifiseringer, strategier, Code of Conduct og bærekraftsmål. Nettsidene er påbegynt og bygges nå hos ekstern webdesigner.

2

Flere bærekraftige og holdbare produkter med lenger levetid. Så langt det lar seg gjøre vil vi bytte ut giveaways i plast med nyttige og holdbare produkter som har bruksverdi.

3

Vi jobber kontinuerlig for å bli mer klimabevisste hos oss. Vi har som mål å forflytte oss mest mulig miljøvennlig. Skal vi på messer eller kundebesøk benytter vi oss av el-bilene som vårt forretningsbygg har til gratis utlån. Et annet internt mål er gjenbruk av emballasje og samlede bestillinger slik at vi ender opp med minst mulig avfall.



1

Forankring av bærekraft i virksomheten

Forankring av ansvarlighet knyttet til bærekraftig forretningspraksis i virksomheten handler om å ha strategier, planer, relevante policyer* og retningslinjer for aktsomhetsvurderinger som er vedtatt av ledelsen. Disse bør omfatte hele virksomheten, samt virksomhetens leverandørkjede og forretningsforbindelser. Effektive styringssystemer for implementering er en forutsetning for å lykkes, og arbeidet med aktsomhetsvurderinger bør være en integrert del av virksomhetens forretningsdrift. Tydelige forventninger fra toppledelsen, samt tydelig plassering av ansvar innad i virksomheten for implementering av de ulike delene av aktsomhetsvurderinger er viktig. Alle involverte må vite hva de skal gjøre. Åpenhet om forpliktelser virksomheten har til seg selv, utfordringer de står overfor og hvordan dette håndteres, er vesentlig.

1.A Policy* for egen virksomhet

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

Våre hjemmesider er under konstruksjon og vil bli ferdig innen utgangen av første kvartal 2022. Det vil komme en egen side for bærekraft der vi vil samle alle våre sertifiseringer og strategier.

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

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 bedriften, og hvorfor?

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, arbeidsoppgaver og incentivordninger?

Det har vært konkretisert og tydeliggjort på møte hvem som har ansvaret for aktsomhetsvurderingen. 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.

1.C. Planer og ressurser

1.C.1 Hvordan er virksomhetens forpliktelser til å respektere mennesker, samfunn og miljø forankret i virksomhetens 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 utarbeider egen Code of conduct samt leverandørkrav som skal hjelpe oss å velge riktig leverandør med samme verdier som oss.

1.C.2 Hvordan følges virksomhetens strategier og planer for å være ansvarlig og bærekraftig 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 forretningsforbindelser, spesielt leverandører

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

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 og er nå i en rebranding prosess for en kunde. De har ny logo, men i stedet for å tilby nye krus har vi foreslått å trykke ny logo over den gamle slik at de kan beholde de krusene de har i kantinen.

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 prioriterte risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, samfunn og miljø.

Prioritert negativ påvirkning / skade	Relatert tema	Geografi
Tekstil: produksjon, forurensing	Helse, miljø og sikkerhet Miljø Vann	Kina Tyrkia
Etterspørsel: pris og kort levering	Helse, miljø og sikkerhet Arbeidstid	Kina Tyrkia

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. Pris og korte tidsfrister er ofte et relevant problem som kan ha en negativ påvirkning på mennesker, helse og miljø. Vi prøver derfor å oppfordre våre kunder til å satse på kvalitet og planlegging. Det er bedre å gå for et bærekraftig kvalitets produkt 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. Vårt hovedfokus er risikovurdering av kjemikalier som brukes til farging av tekstiler og den skade dette kan gjøre på utslipp, miljø og mennesker.

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 vis til 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. Beskriv videre også om det er identifisert områder eller tema hvor det er manglende informasjon for å danne seg et helhetlig bilde, og hvordan dere planlegger å gå frem for å få mer informasjon/håndtere 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 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.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

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

Det har ikke forekommet eller blitt avdekket annen påvirkning/negativ skade i 2021

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 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, 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	Tekstil: produksjon, forurensing
Overordnet mål :	Så langt det lar seg gjøre prioriterer vi og velger leverandører som er sertifiserte og kan vise til en bærekraftig bomullsproduksjon.
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.

Utførte tiltak og begrunnelse :

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/gult/rødt der grønt er de vi har god oversikt over. Leverandørene på gult og 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.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Etterspørsel: pris og kort levering
Overordnet mål :	Minke forurensing og skade på miljø fra kjemiske stoffer i bomullsproduksjon.
Status :	pågående
Mål i rapporteringsåret :	Få en større oversikt og prioritere de bomullsprodusentene som har bærekraftig produksjon.

Utforte tiltak og begrunnelse :

Vært i dialog med bærekraftsansvarlig hos de største av våre leverandører.

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 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 Tilpasning av egen innkjøpspraksis (sourcing)

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.3 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.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 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 Etisk handel Norge så her har det vært mulig for oss å lese deres rapporter.

3.B.5 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.6 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø.

Vi tenker kreativt for å finne løsninger som er mer bærekraftig i store og små skalaer. Vi veide plastemballasjen 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.



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 hvem som har ansvar for å overvåke effekten av tiltak iverksatt for å håndtere virksomhetens vesentlige risiko for skade/negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, og hvordan overvåkingen 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.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør at virksomhetens tiltak for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning faktisk fungerer

Vi er et lite firma som jobber primært med godt ansette merkevarer. Disse er helt avhengig av markedets tillitt. 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.

A woman with dark hair tied back, wearing a light blue button-down shirt and a brown leather apron, is looking down at something out of frame. She is in a kitchen setting, with a gas stove visible in the foreground. The background is blurred, showing kitchen shelves and equipment.

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. Virksomheter skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere bedriftens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, 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 jobber med nye nettsider der det vil være en egen underside for våre ønsker om samfunnsansvar og bærekraft. Her vil det også bli linket opp til vår CoC, leverandørkrav og business policy.



6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

Når en virksomhet har identifisert at den har forårsaket eller bidratt til skade på mennesker eller samfunn, 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 for mennesker, samfunn og miljø

Dette 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

Dette har ikke vært aktuelt for oss

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

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