



Rapport for

Bærekraftig forretningspraksis 2021

for Europris 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

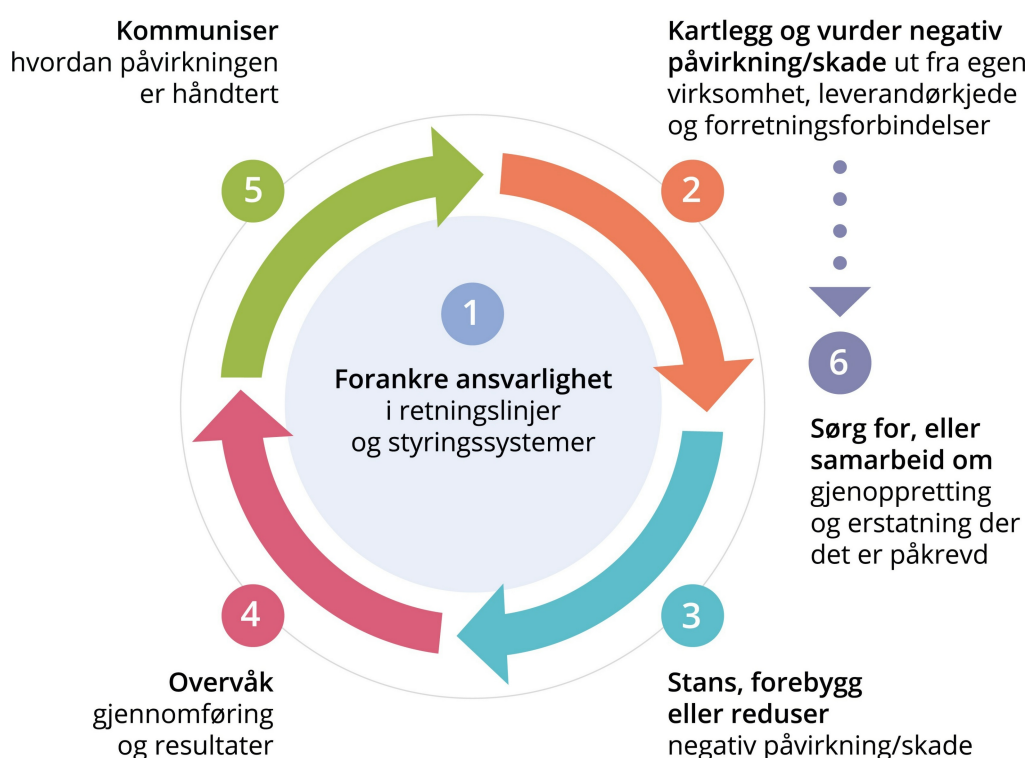
Daglig leder

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

Europris ønsker å bidra til en mer bærekraftig utvikling og har siden 2014 vært medlem av Etisk Handel Norge (EHN). Gjennom vårt medlemskap søker vi å øke fokuset på arbeidsforhold og bærekraft i leverandørkjeden samtidig som vi vil gjøre etiske og bærekraftige produkter lettere tilgjengelige for kundene.

Samarbeidet med EHN er godt forankret i ledelsen og innarbeidet i våre retningslinjer for innkjøp. Som en stor børsnotert handelsaktør berører vi mange leverandører og deres ansatte. Vi skaper arbeidsplasser og økonomisk vekst ved å kjøpe inn varer fra en rekke land, og med dette følger et stort ansvar. Dette ansvaret er vi bevisst og vi har et godt samarbeid med våre leverandører om forbedringsprosesser og handel basert på EHN's etiske retningslinjer for innkjøp.

Europris har en offensiv strategi for videre vekst og dette innebærer at vi stadig er på utkikk etter nye produkter og leverandører. Ved å etterleve OECDs retningslinjer for ansvarlig næringsliv skal Europris bidra til å:

- Bevare miljøet
- Respektene menneskerettigheter
- Ivareta arbeidstakerrettigheter
- Unngå korrupsjon og smøring

Arbeidet med leverandørleddet har vært et sentralt fokus for Europris i mange år. Dette skal vi fortsette med, og samtidig har vi satt som mål å gjøre det enklere for kundene å ta bærekraftige valg i butikken. Europris kan, med sine store volumer og effektive drift, sørge for at etiske og bærekraftige produkter blir lettere tilgjengelig for kundene til konkurransedyktige priser.

«Vår jobb er ikke bare å kjøpe inn på en bærekraftig måte. Vi har også et ansvar for å gjøre det enklere for kundene å ta bærekraftige valg i butikk.»

Samarbeidet mellom våre ansatte, kundene i butikk og våre leverandører er avgjørende for at vi sammen skal nå FN's bærekraftsmål. Europris ser frem til å fortsette denne viktige jobben i året som kommer.

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.

Beskrivelse av bedriftens struktur

Europris er Norges største forhandler av bredt vareutvalg målt i salg, og tilbyr et spekter av kvalitetsprodukter med private merker og merkevarer i 15 produktkategorier:

Personlig pleie
Dagligvarer
Klesvask og rengjøring
Klær og sko
Hobby & kontor
Altmuligmann
Reise, sport og fritid
Hus og hage
Elektronikk
Sjokolade og snacks
Dyremat og tilbehør
Tepper og hjemmetekstiler
Kjøkken
Oppbevaring
Stearinlys og interiør

Konsernets varer selges gjennom kjeden som består av et nettverk av både direkte drevne butikker og franchisebutikker over hele Norge, og er organisert med Europris AS som grossist og kjedesentral. Arbeidet med aktsomhetsvurderinger er lagt til Europris AS avdeling Bærekraft og Strategi som rapporterer direkte til ledergruppen og administrerende direktør.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

8 649 000 000

Antall ansatte

3 201

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering

Europris etablerte 4 nye butikker i 2021. Totalt 270 butikker er nå spredt på tvers av Norge.

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 leverandørkjede

Europris har en innkjøpsmodell med fokus på effektivitet i hele verdikjeden fra fabrikk til kunde. Den har som mål å opprettholde en lav kostnad gjennom optimaliserte og effektive innkjøps-, logistikk- og distribusjonsprosesser.

Konsernets erfarne innkjøpsteam kjøper store mengder varer som hovedsakelig hentes direkte fra leverandører i europeiske og asiatiske land.

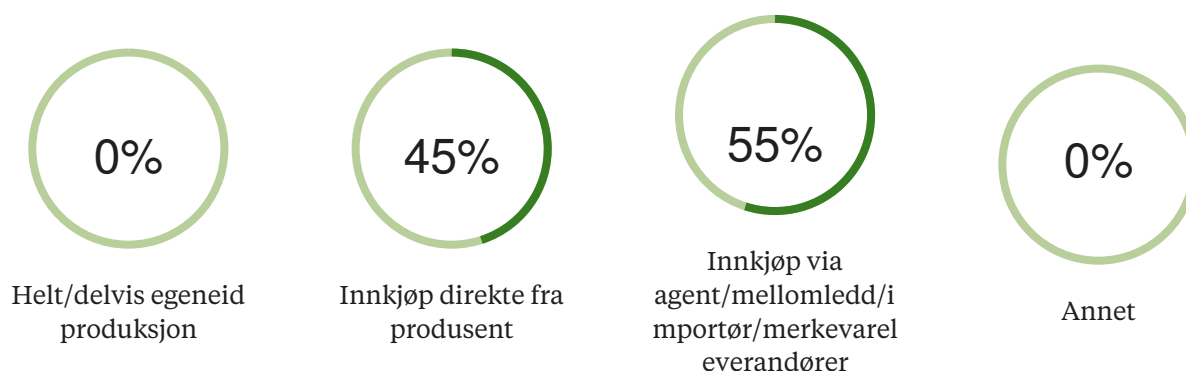
Antall leverandører som bedriften har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

1 455

Kommentar til antall leverandører

Europris kjøper inn produkter fra leverandører over hele verden. Med det store antallet leverandører følger et enda større ansvar for å sikre at grunnleggende menneske- og arbeiderrettigheter blir fulgt. Leverandører innenfor selskapets identifiserte risi

Type innkjøp/ leverandørforhold



Liste over førsteleddsprodusenter per land

Globalt : 655

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

Antall arbeidere

13 722

Antall produsenter dette er basert på

10

Antall arbeidere per produsent (kalkulert snitt)

1373

Kommentar til antall arbeidere

Antall arbeidere er hentet fra 10 prioriterte leverandører

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer og geografi

Vinyl	Kina
Stål	Kina
Sink	Kina
Kalium	Kina
Aluminium	Kina
Bomull	Kina
Polyuretan	Kina
Trefiber	Kina

Viktigste innsatsfaktorer er hentet fra 10 prioriterte produktergrupper

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

MÅL OG FREMDRIFT I RAPPORTERINGSÅRET

1

Mål: Gjennomføre kurs i aktsomhetsvurderinger

Status: Gjennomført

2

Mål: Gjøre en overordnet analyse av egne operasjoner og forretningsforbindelser

Status: Gjennomført

3

Mål: Oppdatere policy og retningslinjer til leverandører for etisk handel

Status: Gjennomført

MÅL FOR KOMMENDE ÅR

1

Oppdatere interne etiske retningslinjer med tanke på åpenhetsloven

2

Lage en plan for kommunikasjon internt i Europris

3

Oppdatere leverandørkontrakter

4

Vurdere ansvarsfordeling og inkludere flere relevante avdelinger og personer med innkjøpsansvar.

5

Gi opplæring og tilstrekkelige ressurser til innkjøpsansvarlige

6

Videreutvikle rapporteringssystemer



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

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

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

For å gjøre vår posisjon tydelig for ansatte, leverandører og andre interessenter har vi utviklet en egen policy og leverandørkodeks (Code of Conduct), basert på FN- og ILO-konvensjoner, som beskriver Europris krav til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, antikorupsjon, dyrevelferd og miljø.

For å sikre etterlevelse av disse prinsippene skal Europris gjennomføre årlige aktsomhetsvurderinger i tråd med OECDs retningslinjer for ansvarlig næringsliv.

Europris forventer åpenhet i hele verdikjeden. Hvis avvik oppstår skal korrigerende tiltak iverksettes i samarbeid med leverandøren. Hvis leverandørene ikke er villige til å foreta korrigerende tiltak kan samarbeidet avsluttes.

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

Europris har utviklet en egen policy for etisk handel i tråd med Etisk handel Norge sin prinsipperklæring som er forankret i ledelsen.

Retningslinjene er utarbeidet av tidligere leder for juridisk avdeling i samarbeid med innkjøpsavdelingen, avdeling for kvalitet og produktsikkerhet og eget innkjøpskontor i Shanghai.

Dette viktige arbeidet skal utvikles videre i egen avdeling for bærekraft.

1.B Organisering og internkommunikasjon

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

Europris har en egen avdeling for å ivareta og videreutvikle arbeidet med bærekraft og aktsomhetsvurderinger på tvers av organisasjonen. Bærekraftsjefen har et ansvar for å følge opp bærekraftstrategien og aktsomhetsvurderinger i samarbeid med de andre avdelingene og eget innkjøpskontor i Shanghai. Bærekraftsjefen rapporterer til VP Strategi og Bærekraft som er en del av ledergruppen og direkte underlagt administrerende direktør.

Organiseringen av arbeidet er i stadig utvikling og blir revidert i forbindelse med et pågående LEAN prosjekt som har som mål om å videreutvikle interne prosesser og systemer for aktsomhetsvurderinger.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse, arbeidsoppgaver og incentivordninger?

Det er utarbeidet og vedtatt en dokumentsamling som årlig gjennomgås av styret for å sikre at selskapets virksomhet, rutiner og organisering er i henhold til gjeldende regelverk.

Her blir blant annet etiske retningslinjer konkretisert og speilet ned i en elektronisk håndbok som er tilgjengelig for alle ansatte.

Dialog og møter blir også brukt for å tydeliggjøre de praktiske betydningene. På sikt skal også andre virkemidler som tilpassede kurs og nye KPIer bli vurdert.

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 til å gjennomføre arbeidet med aktsomhetsvurderinger ved å:

- gjennomføre kurs i regi Etisk handel Norge
- opprette dialog og møter med nøkkelpersoner.
- vurdere nødvendigheten og muligheten for å tilby flere ansatte relevante kurs med grunnlag i erfaringer fra arbeidet med aktsomhetsvurderinger.

I dag har leder for Kvalitet og Produktsikkerhet og bærekraftsrådgiver ved avdeling Bærekraft og Strategi gjennomført kurs for aktsomhetsvurderinger i regi Etisk Handel Norge

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?

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 av ledelse og styre?

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

- Bærekraftsjef rapporterer ukentlig til VP Strategi og Bærekraft som er en del av ledergruppen.
- Ledelsen rapporterer kvartalsvis til styret, og årlig på strategiplanen.

Viktige temaer for ledelsen og styret:

- øke antall bærekrafts merkede produkter.
 - bærekraftig og gjenvinnbar emballasje
 - internkursing og kompetanseheving.
 - Åpenhetsloven, etisk handel og aktsomhetsvurderinger
-

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 i Asia, og ved å arrangere leverandørsamlinger hvor dette er et viktig tema.

Lenke til offentlig tilgjengelige retningslinjer: <https://investor.euopris.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 bærekraftig forretningspraksis i rapporteringsåret, og hva har endret seg som et resultat av dette?

Europris har identifisert leverandører i Asia som selskapets høyeste risiko for ikke å møte etiske krav og forventninger. Erfaringer i 2021 viser at denne vurderingen er riktig og må videreføres.

Dette skal gjøres ved å videreutvikle arbeidet som allerede er påbegynt med tanke på innkjøpskontoret i Shanghai, medlemskap i BSCI Amfori og rådgivning/kurs fra Etisk Handel Norge. Europris vil også jobbe for å heve kunnskapsnivå om etiske og sosiale retningslinjer i hele organisasjonen, samt øke fokuset på deler av leverandørkjeden utenfor Asia.

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
Tvangsarbeid	Tvangsarbeid	Kina
Barnearbeid	Barnearbeid	Kina
Dårlig helse og sikkerhet	Helse, miljø og sikkerhet	Kina
Mangel på fagforeningsrettigheter	Fagorganisering og kollektive forhandlinger	Kina
Utnytting av fremmedarbeidere og studentarbeidere	Marginaliserte befolkningsgrupper	Kina
Lønn under minstelønnsbestemmelser	Lønn	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 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.

Europpris rutiner for kartlegging og identifisering av risiko bygger på et samarbeid mellom innkjøpsavdelingen, avdeling for Kvalitet og Produktsikkerhet, Shanghai-kontoret og Avdeling for Strategi og Bærekraft.

Kriteriene som er lagt til grunn for kartlegging og identifisering av potensiell risiko er :

- produsentland/risikoområde
- risikoprodukt
- volum/omsetning.

Kildene som er brukt er blant annet "ITUC Global Rights Index" og DFØs høyrisikoliste.

Informasjonen om de prioriterte leverandørene ble hentet inn fra tredjeparts fabrikkrevisjoner (BSCI) og egne fabrikkrevisjoner utført av kvalitetssjef på innkjøpskontoret i Shanghai.

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.

Andre utfordringer som er identifisert enn de som er vurdert som mest alvorlig er:

- Lav lønn. Altså lønn som er over minstelønnsbestemmelsene, men under det beløpet som er beregnet for at man skal klare seg i hverdagen.
- Urimelig overtid

Lav lønn og urimelig overtid er to utfordringer som henger sammen, og som det er ønskelig å jobbe mer med på sikt.

Dette er utfordringer som adresseres gjennom BSCI revisjonen, men som vektes lavere enn de som er vurdert alvorligere.

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	Tvangsarbeid
Overordnet mål :	Tvangsarbeid skal ikke forekomme
Status :	Tvangsarbeid er ikke funnet
Mål i rapporteringsåret :	- Øke andel bærekraftmerkede produkter - Øke andel BSCI reviderte leverandører i Kina

Utforte tiltak og begrunnelse :

1. Gjennomgått og underskrevet "Code of Conduct" for leverandører med tydelige krav og forventninger.
2. Fabrikkrevisjoner for å sikre at etiske krav og forventninger blir etterlevd.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Barnearbeid
Overordnet mål :	Barnearbeid skal ikke forekomme
Status :	Barnearbeid er ikke funnet
Mål i rapporteringsåret :	- Øke andel bærekraftmerkede produkter - Øke andel BSCI reviderte leverandører i Kina

Utførte tiltak og begrunnelse :

1. Gjennomgått og underskrevet "Code of Conduct" for leverandører med tydelige krav og forventninger.
2. Fabrikkrevisjoner for å sikre at etiske krav og forventninger blir etterlevd.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Dårlig helse og sikkerhet
Overordnet mål :	Ivareta arbeiderenes helse og sikkerhet
Status :	Ingen alvorlige avvik funnet
Mål i rapporteringsåret :	- Øke andel bærekraftmerkede produkter - Øke andel BSCI reviderte leverandører i Kina

Utførte tiltak og begrunnelse :

1. Gjennomgått og underskrevet "Code of Conduct" for leverandører med tydelige krav og forventninger.
2. Fabrikkrevisjoner for å sikre at etiske krav og forventninger blir etterlevd.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Mangel på fagforeningsrettigheter
Overordnet mål :	Sikre arbeiderenes rettigheter
Status :	Ingen avvik funnet, men Lovverk i Kina vanskeliggjør målsetningen
Mål i rapporteringsåret :	- Øke intern kunnskap om fagforeningsrettigheter i Kina - Øke andel bærekraftmerkede produkter i Kina - Øke andel BSCI reviderte leverandører i Kina

Utforte tiltak og begrunnelse :

1. Gjennomgått og underskrevet "Code of Conduct" for leverandører med tydelige krav og forventninger.
2. Fabrikkrevisjoner for å sikre at etiske krav og forventninger blir etterlevd.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Utnytting av fremmedarbeidere og studentarbeidere
Overordnet mål :	Skal ikke forkomme
Status :	Ingen avvik funnet
Mål i rapporteringsåret :	- Øke andel bærekraftmerkede produkter - Øke andel BSCI reviderte leverandører i Kina

Utforte tiltak og begrunnelse :

1. Gjennomgått og underskrevet "Code of Conduct" for leverandører med tydelige krav og forventninger.
2. Fabrikkrevisjoner for å sikre at etiske krav og forventninger blir etterlevd.

Prioritert negativ påvirkning/skade	Lønn under minstelønnsbestemmelser
Overordnet mål :	Skal ikke forekomme
Status :	Ingen avvik funnet
Mål i rapporteringsåret :	- Øke andel bærekraftmerkede produkter - Øke andel BSCI reviderte leverandører i Kina

Utførte tiltak og begrunnelse :

1. Gjennomgått og underskrevet "Code of Conduct" for leverandører med tydelige krav og forventninger.
2. Fabrikkrevisjoner for å sikre at etiske krav og forventninger blir etterlevd.

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 bærekraftige varer i eget sortiment og utviklet egne bærekraftige merkevarer.
- Vi har økt andel BSCI sertifiserte leverandører i Kina, 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 Tilpasning av egen innkjøpspraksis (sourcing)

Europris er kjent med problematikken rundt konvensjonell innkjøpspraksis, inkludert aggressive prisforhandlinger, unøyaktige prognoser, sene ordre, korte ledetider og endringer i siste øyeblikk kan sette leverandører under intenst press og direkte føre til dårligere arbeidsforhold og lav lønn for arbeidstakere. Vi ser på ansvarlige innkjøp som et av våre viktigste virkemidler i arbeidet for etisk forretningspraksis. Europris skal ikke undergrave leverandørers mulighet til å levere på kravene vi stiller for å sikre gode forhold for mennesker, samfunn og miljø. Vi skal tilstrebe langvarige og stabile leverandørforhold med leverandører som viser særlig vilje- og evne til å jobbe med positiv utvikling i leverandørkjeden.

3.B.3 Valg av produkter og sertifiseringer

Valg Europris tar i forbindelse med de produktene vi skal selge fører til påvirkning på mennesker, samfunn og miljø.

Råvare, design for gjenvinning, resirkulerbar emballasje, arbeider- og menneskerettigheter og miljøsertifiseringer er viktige elementer i prosessen med å utvikle bærekraftige produkter.

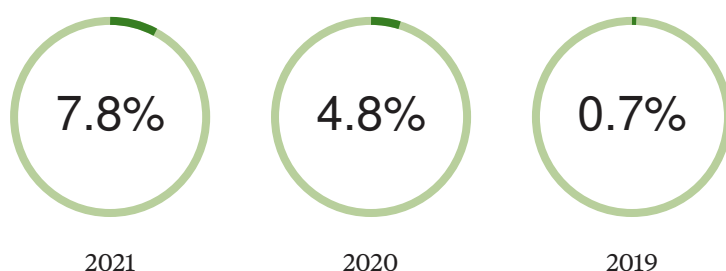
Derfor har Europris har definert hvilke 3. parts bærekraftsertifiseringer vi ønsker å fokusere på, kartlagt bærekraftige varer i eget sortiment og utviklet egne merkevarer med fokus på fornybare råvarer og gjenvinnbar emballasje. Svanemerke Vie Eco stearinlys og servietter, Effekt rengjøringsprayer og Energy+ batterier er gode eksempler på egne varemerker med fokus på akkurat dette.

Å velge noe bort kan også være et valg i en mer bærekraftig retning. Nettopp derfor har Europris sluttet å selge blant annet engangsgriller og sprøytemidler som inneholder det omdiskuterte virkemidlet glufosat.

Europris ønsker å gjøre det så enkelt som mulig for kundene å gjøre gode valg, og jobber aktivt for å synliggjøre de sertifiserte produktalternativene i butikkene våre.

Indikator

Andel innkjøpte produkter med assosiert risiko som har bærekraftssertifisering



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

Fagforeningsfrihet og retten til å organisere seg legger grunnlaget for at arbeidstakere kan legge frem og diskutere felles utfordringer og bekymringer med arbeidsgivere.

Europris støtter opp om fri fagorganisering og kollektive forhandlinger. I Kina og andre land hvor lovverket ikke tillater dette støtter vi aktivt opp om andre former for arbeiderrepresentasjon.

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

For å møte standarder knyttet til aktsomhetsvurderinger er det behov for utvikling, kompetanseheving og opplæring av egne ansatte, leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Europris bidrar til dette via kurs, interne møter, dialog, leverandørmøter og revisjoner, men ser samtidig behovet for å videreutvikle dette arbeidet med grunnlag i egne erfaringer og problemstillinger.

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

Et konkret eksempel på arbeidet med å redusere risiko for negativ innvirkning på mennesker, samfunn og miljø er at Europris har sertifisert sin leverandør av batterier i Kina, og nå kan tilby Energy+ batterier som er svanemerkede.

Svanemerket kontroller og stiller krav til:

- Grenseverdier for bruk av tungmetaller
- Forbud mot bruk av PVC i batterier og emballasje
- Policy på samfunnsansvar (CSR) for å sikre ansvarsfull bruk av begrensede råvarer og innkjøp av konfliktfrie mineraler
- Test av batterienes levetid, holdbarhet, sikkerhet og kvalitet.



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

Avdeling Strategi og Bærekraft har ansvar for å overvåke effekten av iverksatte tiltak, og det utøvende ansvaret ligger hos innkjøpsansvarlige i avdelingene og innkjøpskontoret i Shanghai. En kvartalsvis rapport til ledelsen skal sikre etterlevelse og lede til en årlig redegjørelse for etisk handel som skal offentliggjøres på egen hjemmeside.

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

Europris 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 stove in a kitchen. The background is blurred, showing kitchen fixtures.

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

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.

Avvik 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

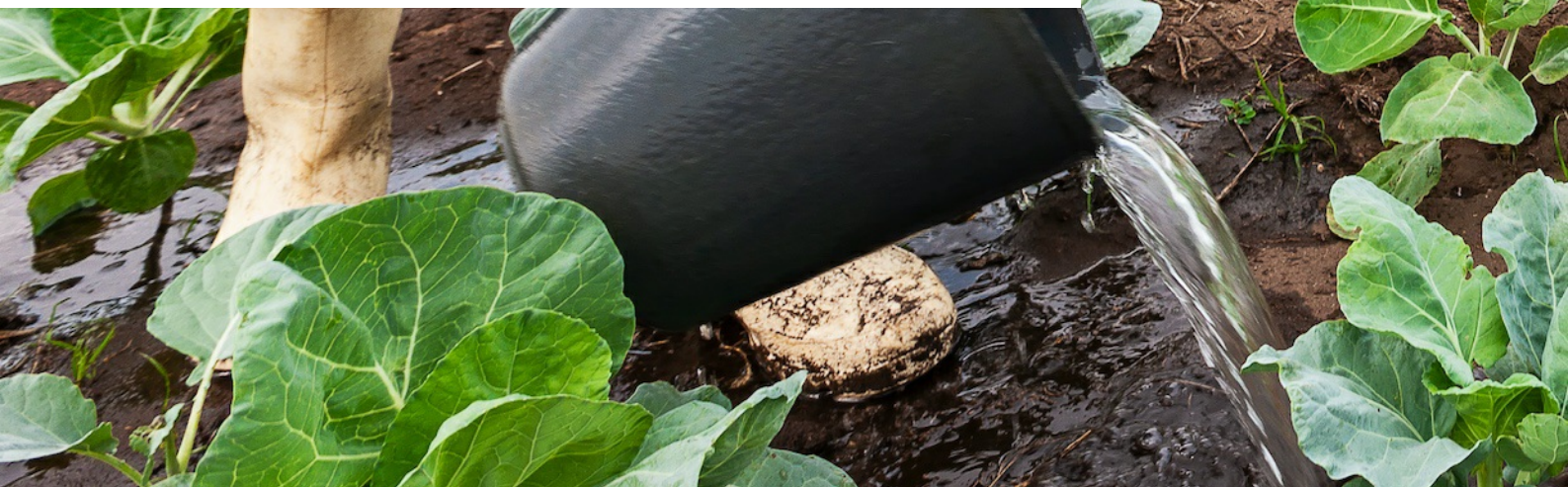
Europris kommuniserer eget arbeid med kartlegging av negativ påvirkning/skade i en årlig bærekraftsrapport publisert på egen hjemmeside og denne rapporten.



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

Europris forventer at leverandørene arbeider målrettet og systematisk for å etterleve våre etiske retningslinjer som dekker grunnleggende krav til menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, antikorrupsjon, dyrevelferd og miljø. Våre leverandører skal:

- Følge Europris etiske retningslinjer
- Arbeide aktivt med aktsomhetsvurderinger og gjennomføre egne risikokartlegginger for å unngå negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppretting.
- Vise vilje og evne til kontinuerlig forbedring for mennesker, samfunn og miljø gjennom samarbeid.
- På oppfordring fra Europris kunne dokumentere hvordan de selv, og eventuelt underleverandører, arbeider for å etterleve retningslinjene.

Heving av kontrakt kan forekomme dersom leverandøren ikke viser vilje eller evne til å etterleve Europris etiske retningslinjer.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det var ingen 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

Europpris 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 ivarettatt.
- overvåke ved å gjennomføre jevnlig fabrikkrevisjoner utført både av 3.part og eget Kina-kontor.

Kontaktinformasjon:

Europris AS
Rino Lithander
rino.lithander@europris.no