etisk handel norge

Aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis

Redegjørelse rapporteringsåret 2025 Dedikerte Leverandørrelasjoner

for Universal Brands AS

*Etisk handel Norge har vurdert at rapporten til Universal Brands AS oppfyller våre krav til basisnivå. Les mer om basisnivå **her**.*

FNs BÆREKRAFTSMÅL

Til lesere av rapporten

Næringslivet og offentlig sektor har stor påvirkning på mennesker, samfunn, miljø, klima og dyr og kan både bidra positivt til utvikling, men også medvirke negativt og forårsake skade. Virksomheter har derfor en nøkkelrolle i å oppnå FNs bærekraftsmål og Parisavtalens 1,5 graders mål.

Denne rapporten kan brukes som redegjørelse etter åpenhetsloven, men rapporten favner bredere med klima og miljø, sirkulærøkonomi og antikorrupsjon. Våre medlemmer er forpliktet til å jobbe med aktsomhetsvurderinger og årlig rapportere på arbeidet. Medlemmer i Etisk handel Norge som er på Basisnivå1 oppfyller også åpenhetslovens aktsomhetsvurderingsplikt, og delvis informasjonsplikten.

OECDs begrep Responsible Business Conduct er det vi i Etisk handel Norge kaller for bærekraftig forretningspraksis. Den systematiske innsatsen virksomheter gjør for å kartlegge, forebygge, begrense og gjøre rede for hvordan de håndterer risiko for negativ påvirkning, samt rette opp skade for mennesker, dyr, samfunn og miljø – kalles aktsomhetsvurderinger (due diligence). Virksomheter over en viss størrelse er gjennom åpenhetsloven pålagt å gjøre aktsomhetsvurderinger på menneskerettigheter. Alle virksomheter, uavhengig av størrelse, er av norske myndigheter forventet å gjøre aktsomhetsvurderinger også på samfunn, miljø og dyr og etterleve FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP) og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Dette gjelder både næringsliv, offentlig sektor og organisasjoner.

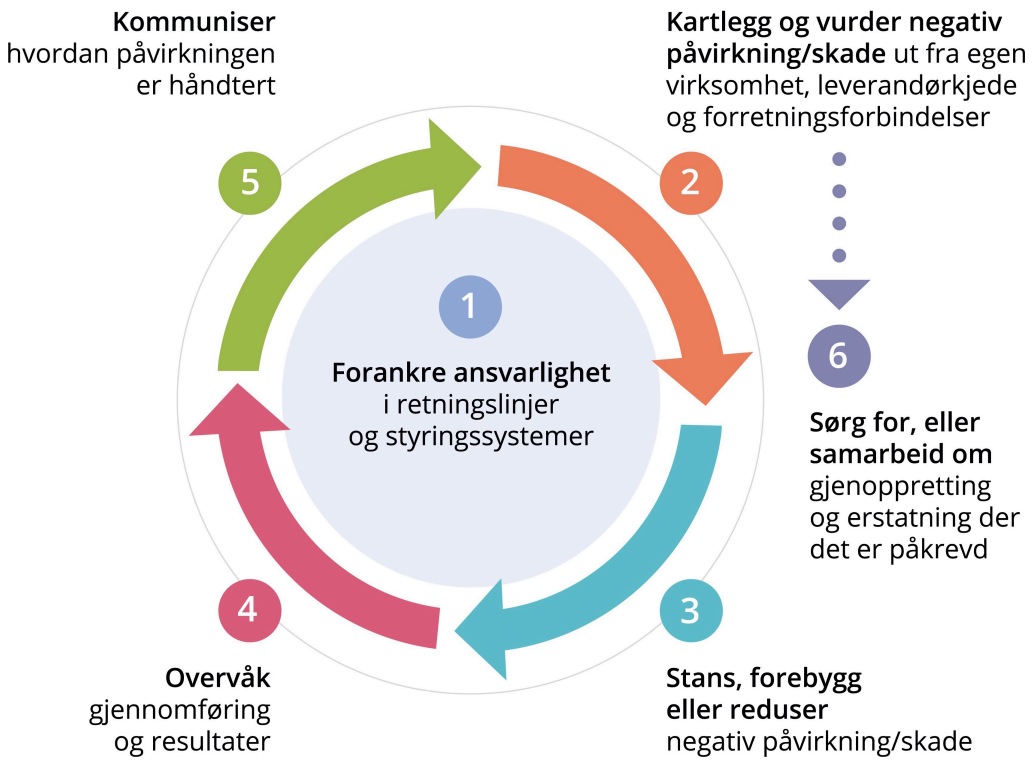
Etisk handel Norges prinsipper (vår Code of Conduct) for bærekraftig forretningspraksis dekker områdene anstendig arbeid, menneskerettigheter, miljø/klima, antikorrupsjon og dyrevelferd. Rapporten viser åpenhet om hvordan virksomheten arbeider med aktsomhetsvurderinger i tråd med UNGP og OECDs retningslinjer. 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

Kjære Leser

Det er med stor glede og engasjement at jeg introduserer denne rapporten om etisk handel for Universal Brands AS.

Tekstilindustrien har historisk sett vært preget av komplekse forsyningskjeder, og det er ofte utfordrende å sikre at produksjonen oppfyller høye etiske standarder.
Vi har imidlertid forpliktet oss til å gå utover det nødvendige for å sikre at våre produkter ikke bare er av høy kvalitet, men også produsert under forhold som respekterer arbeidernes rettigheter, miljøet og samfunnet vi er en del av.

2025 har vært et spennende og givende år. Et år med fokus på forsyningskjederisiko, bærekraftsrapportering i henhold til nye standarder og konsolidering av leverandører.
Vi undersøker nøye hvordan vi håndterer spørsmål som rettferdig lønn, trygge arbeidsforhold, og miljøpåvirkningen av produksjonsprosessen.
Altid må vi være åpne om våre utfordringer og våre suksesser, og vi tar dette som en mulighet til å dele våre erfaringer og inspirere andre til å ta lignende skritt mot en mer bærekraftig fremtid.
Vi har alle i Universal Brands lært mye. Bedriften vokser, og samtidig fører vårt ønske om å beskytte mennesker i vår forsyningskjede, samt våre kunders drivkraft i samme retning, til at vi har satt av betydelige ressurser til å styre og håndtere ESG- og bærekraftsområdet.
Derfor er ansatt en spesialist på fulltid med beslutningsmyndighet overfor leverandører, som utelukkende arbeider med risikostyring og håndtering av bærekraftsaspekter og ESG.

I 2025 har vårt arbeid med etisk handel hatt som hovedmål å etablere enda tettere og mer forpliktende relasjoner med de produsentene vi samarbeider med.
Vi anser et nært samarbeid som et sentralt virkemiddel for å kunne bidra til kontinuerlige forbedringer hos den enkelte produsent, til beste for arbeidstakerne i leverandørkjeden.
Som del av denne målsettingen har vi styrket vår systematiske oppfølging av produsentene.
Dette har blant annet omfattet tettere gjennomgang av rapportering, samt mer aktiv oppfølging av identifiserte avvik. Formålet har vært å sikre bedre etterlevelse av krav knyttet til arbeidsforhold, helse, sikkerhet og øvrige etiske standarder.
Videre har vi i 2025 gjennomført regelmessige fysiske besøk hos våre produsenter. I løpet av året er det utført revisjoner av egne ansatte hos totalt åtte leverandører. Disse revisjonene har hatt fokus på etterlevelse av våre etiske retningslinjer, samt dialog og veiledning knyttet til forbedringstiltak der dette har vært nødvendig.
Parallelt har det vært økt fokus på å etablere supplerende tredjepartsrevisjoner.
I 2025 er det igangsatt arbeid med å forberede og planlegge eksterne revisjoner, initiert av Universal Brands i samarbeid med en uavhengig ekstern aktør. Formålet med disse revisjonene er å styrke objektiviteten i kontrollarbeidet og bidra til ytterligere transparens og forbedringer i leverandørkjeden.
Samlet sett vurderer vi at 2025 har vært et år med tydelig styrking av vårt arbeid innen etisk handel, både gjennom økt tilstedeværelse hos produsentene og gjennom videreutvikling av våre kontroll- og oppfølgingsmekanismer.

Vårt engasjement for etisk handel er ikke bare en plikt, men en mulighet til å være en positiv kraft i bransjen. Vi tror at ansvarlig forretningspraksis ikke bare er et kriterium for suksess, men også en kilde til innovasjon og vekst.
Som vi reflekterer over vårt første år, ser vi frem til å fortsette å forbedre og utforske nye måter å fremme etisk handel innen tekstilbransjen.

Takk til alle våre interessenter, partnere og ansatte som har vært med oss på denne reisen.
Sammen jobber vi mot en mer bærekraftig og etisk fremtid for tekstilindustrien.

Venlig hilsen
Trond Gabrielsen
Daglig Leder
Universal Brands AS

" We are the first generation to feel the impact of climate change and the last generation that can do something about it "

Trond Gabrielsen
Daglig Leder

Nøkkelinformasjon om virksomheten og leverandørkjeden

Nøkkelinformasjon om virksomheten

Navn på virksomheten

Universal Brands AS

Adresse hovedkontor

Birkedalsveien 26, 4640 Søgne

Viktigste merker, produkter og tjenester

B2B-handel med tekstiler

Beskrivelse av virksomhetens struktur

Vi har designet og produsert produkter og varemerker for flere av landets ledende butikkjeder og merkevarehus siden 2017. Vår erfaring og kjennskap til produksjon og transport over hele verden er din trygghet og den garantien du får av vårt team.
Bedriften er organisert som en flat struktur, der hver ansatt har et spesifikt ansvarsområde som de er ansvarlige for å utføre i praksis, for eksempel salg, grafisk arbeid og innkjøp. I tillegg samarbeider vi med bransjeeksperter innenfor samsvar og bærekraft for å sikre at nye regelendringer blir raskt implementert i vår organisasjon.
Universal Brands A/S har kapasitet til å produsere varer for alle bransjer, men fokuserer primært på tekstilbransjen, der vi produserer varer for utendørssegmentet med mer.

Omsetning i rapporteringsåret (NOK)

150 000 000

Antall ansatte

8

Er virksomheten omfattet av åpenhetsloven?

Nei

Vesentlige organisatoriske endringer siden forrige rapportering og denne rapportens tidsperiode

Dette er den anden rapporten utført for Universal Brands. Rapporten dekker perioden fra 1. januar 2025 til 30. desember 2025.
Det er ansatt en dedikert ESG-ansvarlig som jobber med utvikling av leverandører og forankring av det nåværende leverandørnettverket. Dette er en stor styrke og gir oss mange muligheter til å skape enda tettere relasjoner med våre eksisterende leverandører og kunne påvirke dem i langt større grad. Det har ikke vært gjennomført organisatoriske endringer i virksomheten i regnskapsåret 2025 som har betydning for rapporteringen. Den samme dedikerte ESG-/bærekraftansvarlige er fortsatt ansvarlig, og ledelsen er også uendret.

Navn, tittel for kontaktperson for rapporten

Magnus Kardel

E-post adresse for kontaktperson for rapporten

magnus@ecohouse.dk

Informasjon om leverandørkjeden

Generell beskrivelse av virksomhetens innkjøpsmodell og leverandørkjede

Innkjøpene utføres utelukkende gjennom driftsselskapet Universal Brands AS. Som nevnt tidligere, kjøpes omtrent 10% av alle varer i Norge fra en leverandør som også er medlem av Etisk Handel Norge. Den gjenværende produksjonen foregår i Europa (25%) og i Østen (75%).
Periodisk benyttes handelsagenter for spesifikke saker. I slike tilfeller gjennomføres leverandørgodkjenning og compliance-vurdering for den spesifikke saken.
Ledelsen fra råvare til produsent styres gjennom transaksjonsdokumentasjon og tredjepartsverifiserte standarder for arbeidstakerrettigheter, sikkerhet og miljøaspekter.

Antall leverandører som virksomheten har hatt kommersielle relasjoner med i rapporteringsåret

15

Kommentar til antall leverandører

Vi arbeider kontinuerlig med å redusere antallet av leverandører. Imidlertid kjøper vi omtrent 10% av våre produkter fra én leverandør i Norge.

Type innkjøp/ leverandørforhold

Helt/delvis egeneid produksjon | Innkjøp direkte fra produsent | Innkjøp via agent/mellomledd/importør/merkevarelevarandører | Annet

Innkjøp "annet" er innkjøp i Norge.
Antallet av leverandører er redusert fra 20 til 15 for å skape bedre oversikt og styring over leverandørnettverket. Ved å konsolidere leverandører er det også en større mulighet for at vi kan påvirke leverandørens valg og beslutninger med hensyn til å sikre at produksjonen skjer i henhold til våre krav og spesifikasjoner.
Videre er antallet salgsagenter minimert med den hensikt å sikre direkte kontakt med den fysiske produsenten av varene.

Liste over førsteleddsprodusenter per land

Kina : **15**

Oppgi antall arbeidere hos førsteleddsprodusenter

Antall arbeidere

1 500

Kommentar til antall arbeidere

Dette er et estimat basert på data fra vår hovedleverandørs egen rapport om antall arbeidere på fabrikkene. Tallene er innhentet på forespørsel, samt opplysninger hentet fra social audits (BSCI, Sedex, etc)

Viktigste innsatsfaktorer/råvarer for produkter eller tjenester og geografi

Polyester	Kina
bomull	Kina
Ull	Australia
Dun (RDS)	Kina

Universal Brands A/S bruker kun mulesing-fri ull.
Råvarer risikokartlegges og det kreves spesifikk kjemisk dokumentasjon for innhold.
*RDS - Responsible down standard: RDS sertifiserer dun og fjær basert på krav til dyrevelferd, og sporer den fra kilden til det ferdige produktet.
Eksterne tredjepartsverifiserte sporbarhetsstandarder etterstrebes alltid for å sikre åpenhet

Er virksomheten leverandør til offentlig sektor?

Ja

Mål og fremdrift

Prosessmål og fremdrift i rapporteringsåret

1

Mål: ESG/CSRD: Utarbeid ESG-erklæring / innledende rapport.
Dette skal kartlegge blant annet våre CO2-utslipp og være grunnlaget for fremtidige mål for reduksjon av utslipp fra virksomheten.

Status: Dette er oppnådd

2

Mål: Etisk Handel-rapport – offentliggjøring 2025; oppnå basismedlemskap.

Status: Dette er oppnådd

3

Mål: Å utvide leverandøroversikten til å inkludere en direkte lenke til compliance-dokumentasjon.

Status: Dette er oppnådd

4

Mål: At alle leverandører i Østen er kartlagt innen midten av 2025 og har planer for håndtering av avvik funnet i tredjepartsverifiserte sosiale revisjoner.

Status: Dette er oppnådd

5

Mål: Planlegge Scope3 rapportering for bedriften

Status: Dette er oppnådd

6

Mål: Vår målsetting er å etablere tettere og mer langsiktige relasjoner med produsentene vi benytter. Gjennom et styrket samarbeid skal vi bidra til kontinuerlige forbedringer hos den enkelte produsent, med særlig fokus på arbeidsforhold og ansattes rettigheter.
Arbeidet ble igangsatt i 2025 og vil videreføres i 2026 og 2027. Tiltakene omfatter tettere og mer systematisk oppfølging av rapportering og avvik, samt regelmessige fysiske besøk hos produsentene som en del av vårt strukturerte oppfølgingsarbeid.

Status: Dette arbeidet pågår fortløpende.

Prosessmål for kommende år

1

Har som målsetting å etablere enda tettere relasjoner med produsentene vi benytter. Gjennom et tettere samarbeid håper vi å være med å bidra til ytterligere forbedringer hos den enkelte produsent, til det beste for den enkelte ansatte.
Vi har i 2025 startet dette arbeidet, og vil fortsette med det i 2026 og 2027.
Det innebærer tettere oppfølning av rapporter og avvik. Som en del av vårt systematiske oppfølgningsarbeidet innebærer det regelmessige fysiske besøk hos produdusentene; vi skal i større grad ta ansvar for produksjonen og for de avvikene som er funnet og identifisert, både av oss gjennom egne revisjoner og gjennom tredjepartsrevisjoner. Dette innebærer at alle produsenter/leverandører har en skriftlig og gjensidig akseptert plan for forbedring og utbedring av avvik.

2

Beregning av scope 3-utslipp planlegges gjennomført på forsøksbasis for utvalgte produkter og kunder.

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://www.universalbrands.no/wp-content/uploads/2024/02/Internal-Guidelines.pdf

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

Vi henviser til vår offentlig tilgjengelige policy angående forpliktelser knyttet til mennesker, samfunn, miljø og klima i Universal Brands AS.

Universal Brands AS, streber etter å implementere en bærekraftig forretningspraksis som respekterer mennesker, samfunn og miljø. Vår offentlig tilgjengelige policy, som inkluderer prinsipper for bærekraftig forretningspraksis, danner grunnlaget for vårt arbeid med bærekraft.

Vi betrakter bærekraftig forretningspraksis som essensiell for bærekraftig utvikling, hvor dagens generasjon tilfredsstiller sine behov uten å hindre fremtidige generasjoners evne til å gjøre det samme. Vi legger vekt på ærlighet og åpenhet, og FNs bærekraftsmål er vår felles handlingsplan for bærekraftig utvikling. Universal Brands aktivt engasjerer seg i bærekraftsmål, spesielt de som omhandler ansvarlig ressursutnyttelse, forsvarlig håndtering av kjemikalier og problematiske stoffer.

Opplæring av kunder gjennom merking og vareinformasjon er rettet mot å skape bevissthet rundt materialvalg og vedlikehold, med sikte på å sikre økt levetid. Våre kjøpsprosedyrer sikrer trygge materialvalg fra forhåndsgodkjente leverandører.

Regelmessig evaluering av risikoområder og tredjepartstester sikrer en miljømessig forsvarlig tilnærming. Som medlem av Etisk handel Norge forplikter Universal Brands seg til aktivt å arbeide med aktsomhetsvurderinger for bærekraftig forretningspraksis. Aktsomhetsvurderinger er en risikobasert tilnærming for å respektere og ivareta mennesker, samfunn og miljø både internt i vår virksomhet og gjennom hele leverandørkjeden. Vi forventer at våre leverandører og samarbeidspartnere følger samme tilnærming.

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

Vår interne virksomhetspolitikk er utformet og basert på retningslinjene fra Etisk Handel Norge. Videre blir vår policy og retningslinjer forankret i ledelses- og styringssystemer, slik at de integreres som en naturlig del av den daglige forretningsdriften.

1.B Organisering og internkommunikasjon

1.B.1 Hvordan er arbeidet med aktsomhetsvurderinger organisert i virksomheten, forankret i interne retningslinjer og rutiner?

Universal Brands er organisert med en Grønn Gruppe bestående av den øverste ledelse og kritiske ressurspersoner innenfor områdene compliance, bærekraft, jura og leverandørstyring.
De interne retningslinjene beskriver meget tydelig hvordan ansvaret til de enkelte ressurspersonene er fordelt Det er Daglig leder og ESG- og complianceansvarlig som sammen har myndighet og ansvar for supply chain management i Universal Brands.

1.B.2 Hvordan blir betydningen av virksomhetens aktsomhetsvurderinger konkretisert og tydeliggjort for de ansatte gjennom stillingsbeskrivelse (eller lignende), arbeidsoppgaver og insentivordninger?

I Universal Brands er det dedikert ressurser til ESG, Compliance, Bærekraft, Sosialt Ansvar og Supply Chain Management (inkludert spesifikke aktsomhetsvurderinger av leverandørnettverket). Denne rollen har myndighet og ansvar til å stoppe produksjon, samarbeide med leverandører og sette varer i karantene, samt – i samråd med øverste ledelse – iverksette tilbaketrekking av et produkt.

Internt i bedriften er arbeidsoppgavene fordelt, men vi anser det som essensielt at alle ansatte har grunnleggende opplæring og forståelse for vårt ansvar i verdikjeden. Dette er relevant i alle deler av driften av vår virksomhet – fra salg, innkjøp, grafisk arbeid og ledelse til økonomi.
For å sikre at alle ansatte har forståelse for selskapets ansvar i verdikjeden, tilbyr Universal Brands opplæring og veiledning som er tilpasset den enkeltes rolle – enten det gjelder salg eller innkjøp. I tillegg har selskapet en flat organisasjonsstruktur, som innebærer at de fleste ansatte har kontakt med både kunder og leverandører. Dette bidrar til at alle spiller en aktiv rolle i arbeidet med ansvarlig leverandørkjede, koordinert av ESG- og complianceansvarlig i tett samarbeid med daglig leder.

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

Complianceansvarlig, ledere, designere og innkjøpere, som er relevante for aktsomhetsvurderinger, har definerte ansvarsområder i henhold til stillingsinstruksene. Våre medarbeidere har full tilgang til alle strategiske dokumenter knyttet til bærekraft. Gjennom ukentlige møter holdes våre ansatte oppdatert om statusen i bærekraftsarbeidet.

1.C. Planer og ressurser

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

Respekten for mennesker, samfunn, dyr og miljø er alle en integrert og forankret del av Universal Brands' forretningsfilosofi og strategi. Vi arbeider ut fra en sirkulær økonomisk tankegang, der vi erkjenner at våre handlinger kan ha en direkte eller indirekte innvirkning på mennesker, samfunn og miljø. Derfor har vi implementert retningslinjer og prosesser for å minimere denne påvirkningen og sikre at våre handlinger er i samsvar med internasjonale standarder og forskrifter. Se videre her.
https://www.universalbrands.no/baerekraft/

1.C.2 Hvordan følges strategier og planer for bærekraftig forretningspraksis opp av ledelse og styre?

Hvert år gjennomføres oppfølging av ledelsens gjennomgang knyttet til ISO-sertifiseringen og ekstern revisjon. Vi forplikter oss årlig til å sette og forfølge mål innen miljøet ved hjelp av SMART-kriteriene, med mål om å redusere vår negative påvirkning på miljøet som helhet.

De relevante ansatte har deltatt på kurset "Ansvarlig innkjøpspraksis" arrangert av Etisk Handel Norge, der fokuset lå på aktsomhetsvurderinger. Økt oppfølging av fabrikker gjennom Teams-møter, besøk og bruk av kontroller skal sikre riktige arbeidsforhold.

1.D Partnerskap og samarbeid med leverandører og forretningsforbindelser

1.D.1 Hvordan tydeliggjør virksomheten viktigheten av bærekraftig forretningspraksis i møte med leverandører og forretningsforbindelser?

Ved etablering av kontakt med nye leverandører starter vi alltid med å kartlegge deres tilnærming til oppfølging av ansatte, bærekraft og ansvarlighet. Vi stiller som krav at det legges frem sosiale revisjoner (BSCI eller Sedex). Deretter kreves dokumentasjon på miljøaspekter i produktet, for eksempel REACH / SVHC-tester eller andre tredjepartsverifiserte standarder (for eksempel GOTS/OEKO TEX).

Universal Brands AS har implementert retningslinjer for alle leverandører og handelsagenter i hele leverandørkjeden. Vi refererer til Vår Etiske Retningslinje (Code of Conduct), som også er oversatt til kinesisk, og som alle leverandører skal signere og gjøre synlig for sine ansatte. Dette inkorporerer krav til ansvar og bærekraft gjennom hele leverandørkjeden, med sirkulære økonomiske prinsipper som hovedfokus.

Se følgende lenke for våre retningslinjer for leverandører:
https://www.universalbrands.no/wp-content/uploads/2024/02/Supplier-guidelines.pdf

Indikator

Andel av bedriftens leverandører som har akseptert retningslinjer for leverandører

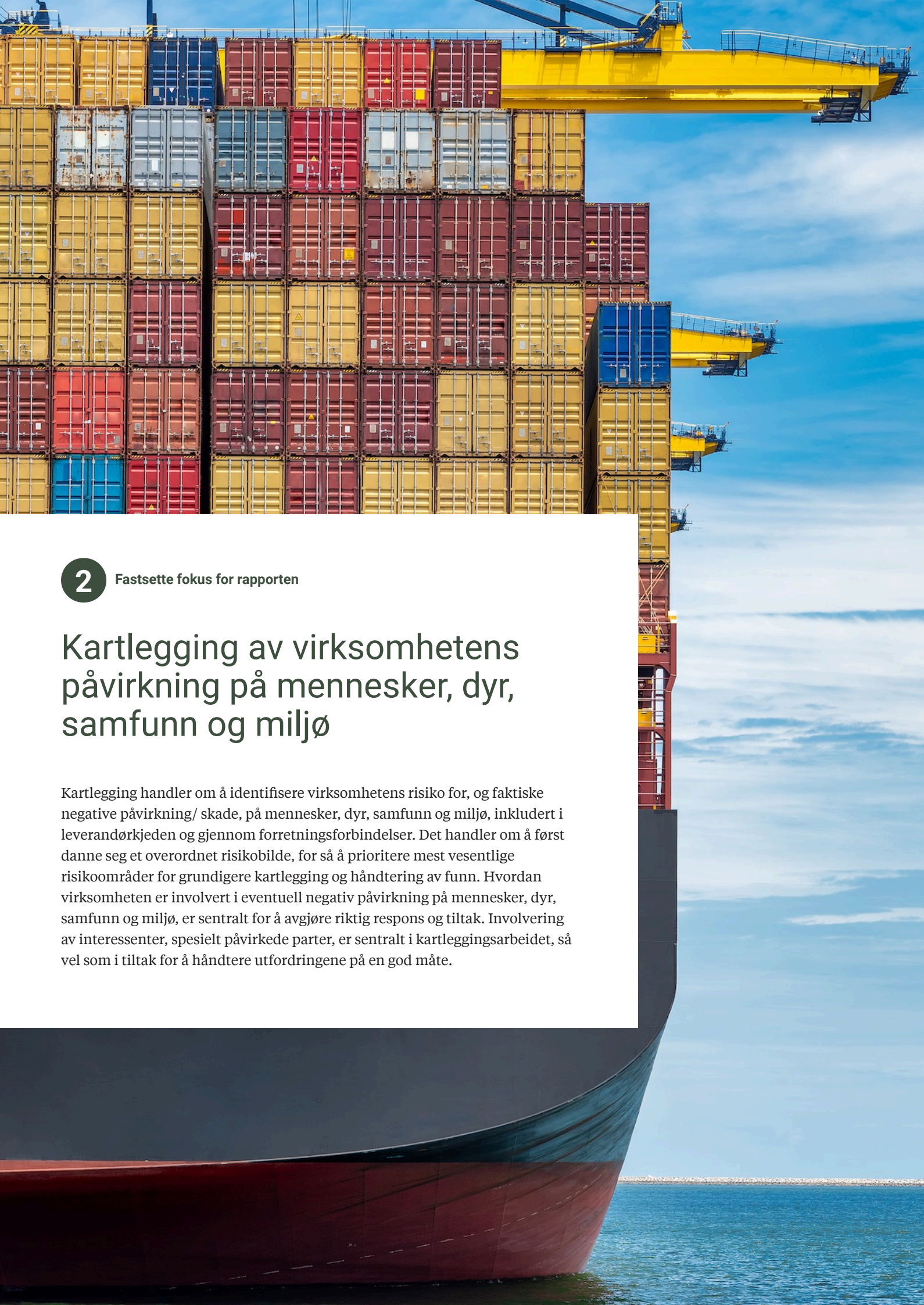
2025 2024 2023

Vi samarbeider kun med leverandører som overholder våre vilkår og signerer COC/retningslinjer

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 er i kontinuerlig utvikling og reise mot å implementere CO2-aspekter (i samsvar med kravene i Parisavtalen) på produktnivå. Dette er svært utfordrende for alle parter i prosessen, men for å støtte våre kunder må vi kunne fremlegge valide data. Disse valide data er utfordrende å skaffe, da det konsekvent arbeides med teoretiske data og ikke praktiske data på den enkelte ordre, da dette vil være umulig å skaffe. Å finne den korrekte modellen med de mest presise og verifiserbare data - og til og med presentere dette for kunden - kan være en utfordrende oppgave, og denne oppgaven er vi fortsatt i prosess med.
Primo 2025 vil vi kunne presentere det første utkastet til en bærekraftsrapportering (ESG/CSRD-rapportering) - Dokumentet er vedlagt og benyttes som grunnlag for dialog med eksterne interessenter, samt til intern opplæring og kompetansebygging.
Arbeidet med ESG videreføres som en del av virksomhetens løpende forbedringsarbeid, og status vil bli fulgt opp og vurdert årlig i Universal Brands.
Det er identifisert en metode for beregning av Scope 3-utslipp. Implementering av denne metoden er planlagt gjennomført gradvis i perioden 2026–2027. Innledningsvis vil beregningene omfatte utvalgte produkter, ordre og kunder, med sikte på senere utvidelse dersom erfaringene tilsier dette.



2 Fastsette fokus for rapporten

Kartlegging av virksomhetens påvirkning på mennesker, dyr, samfunn og miljø

Kartlegging handler om å identifisere virksomhetens risiko for, og faktiske negative påvirkning/ skade, på mennesker, dyr, 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, dyr, 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, DYR, 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 prioritert risiko for potensiell og/ eller faktiske negative konsekvenser for mennesker, dyr, samfunn og miljø.

Prioritert risiko	Relatert tema	Geografi
Fri fagorganisering	Fagorganisering og kollektive forhandlinger	Kina
Overtid og levelønn	Lønn Arbeidstid	Kina
Miljø (CO2-utslipp, kjemikalier og vannforbruk)	Miljø	Globalt

Gjennom kartlegging av vår leverandørkjede, der vi også har innhentet oppdaterte Social audits rapporter har vi disse tre som prioriterte risikoområder. Vi er klar over at det er flere risikoområder, men vi har valgt å prioritere disse da vi må begynne i en ende, og finner disse mest relevant.

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

2.A.2 Beskriv: a) virksomhetens rutiner for kartlegging og identifisering av risiko og hvordan den riskoen ble identifisert og prioritert b) eventuelle deler av virksomheten som ikke er dekket i kartleggingen (produktgrupper, egne produkter, avdelinger eller lignende) og hvorfor c) hvordan informasjon ble hentet inn, hvilke kilder som er benyttet og hvilke interessenter som er involvert d) om det er identifisert områder hvor det er manglende informasjon for å vurdere risiko og hvordan dere vil gå frem for å få mer informasjon om dette.

a) Det utføres grundige undersøkelser av alle våre leverandører, vanligvis for hver ordre. Nødvendig informasjon innhentes gjennom egenerklæringsskjemaer (SAQ for agenter og produsenter) og sosiale revisjoner. Vi søker også støtte fra lokale kontrollører for inspeksjoner ved utvalgte fabrikker. Verktøy fra Etisk Handel, som List of Goods Produced by Child Labor or Forced Labor - https://www.dol.gov/, blir også benyttet. Vi har et langvarig samarbeid med EcoHouse, som holder oss oppdatert på lover og regler rundt material- og kjemikaliebruk og bistår ved sertifiseringer. Som medlem av Etisk Handel holder vi oss oppdatert gjennom relevante kurs og informasjon. Universal Brands jobber med kartlegging av risiko innenfor
– Sosiale forhold
– Miljømessige forhold
– Kvalitetsmessige forhold
– Lovgivningsmessige forhold
– Geografiske forhold

b) Alle deler av virksomheten er inkludert i vår egen kartlegging, men det er vår oppfatning at vår påvirkning på disse faktorene internt i Norge er minimal, som følge av den styringen vi har etablert hos våre leverandører. De største risikoene ligger hos leverandørene, og derfor er hovedfokuset lagt her i kartleggingsfasen. Det er dermed ingen begrensninger i kartleggingen, men snarere et naturlig, risikobasert fokus.

c) I tillegg brukes tredjepartsverifiserte sosiale revisjoner som utgangspunkt for kartlegging av de spesifikke risikoene i den aktuelle leverandørkjeden med den relevante leverandøren. Videre analyseres og evalueres Corrective Action Plan (CAP) for våre leverandører, og på bakgrunn av dette legges nye planer for hvordan vi, i samarbeid med leverandøren, kan heve nivået. Dette betyr typisk at vi forplikter oss til en leverandør for en 3-5 års periode og prioriterer, i samarbeid med leverandøren, de spesifikke handlingene som er nødvendige for å løfte leverandøren til nye høyder.

d) Fagforeningsarbeid i Kina er en utfordring på grunn av begrenset lovlig fagforeningsvirksomhet. Likevel vil vi forsikre oss om at våre produsenter har en arbeiderrepresentant som kan følge opp viktige saker mot ledelsen på hver fabrikk. Vi vil også fokusere på dette under jevnlige møter med produsentene via Teams. Ekstern kompetanse er involvert for å hjelpe oss med å forstå fabrikkenes struktur, for eksempel ekstern revisjon med stikkprøvekontroll for å underbygge kontraktsvilkår (som for eksempel overtid), eller ekstern konsulentbistand med fokus på styring av leverandørkjeden og risikohåndtering i verdikjede og produksjon.

Indikator

Andel leverandører i risikofylte leverandørkjeder som er kartlagt

Vi kjøper kun fra kartlagte leverandører.

Andel av kartlagte leverandører hvor arbeidernes synspunkt er hentet inn som del av kartleggingen

Alle leverandører kreves å delta i tredjepartsverifisert sosial revisjon. Som en del av dette velges det ut arbeidstakere som blir intervjuet, og deres lønnsforhold blir undersøkt på stikkprøvebasis.

ANNEN NEGATIV PÅVIRKNING/SKADE

2.A.3 Beskriv annen risiko for negativ påvirkning/skade på mennesker, dyr, samfunn og miljø som ble identifisert men ikke prioritert, og hvordan disse er håndtert

Kartlegging er en kontinuerlig prosess der man opparber seg stadig mer kunnskap for å identifisere virksomhetens risiko og faktisk negativ påvirkning. Den innsamlede informasjonen danner grunnlaget for prioritering av fokusområder for ytterligere kartlegging og risikohåndtering. Å prioritere ett eller flere risikoområder basert på alvorlighetsgrad betyr ikke at en risiko er viktigere enn en annen, eller at virksomheten ikke tar tak i andre risikoer. Det indikerer kun at det som har størst negativ påvirkning, prioriteres først.

Vi starter med å oppnå en grunnleggende oversikt over bransjen, produktene og leverandørkjedene i så mange ledd som mulig. For å kunne vurdere risiko må vi vite hvor varer – og innsatsfaktorer – produseres eller kommer fra, inkludert kjøp gjennom mellomledd. For virksomheter som vår, med mange produktlinjer/kategorier, vil det i første omgang være hensiktsmessig å jobbe ut fra produktkategorier, ikke enkeltprodukter.

De viktigste risikoene som er avdekket i rapporteringsåret er beskrevet ovenfor. Når det gjelder retten til fri fagorganisering, erkjenner vi utfordringene knyttet til dette området i Kina. Gjennom vårt arbeid vil vi kontinuerlig strebe etter å ha valgte arbeiderrepresentanter som kan ha daglig kontakt med ledelsen og ta opp relevante spørsmål angående forbedring av arbeidsforhold eller andre utfordringer som måtte oppstå. Dette er ingen rask løsning, men det vil være et område vi må rette fokus mot.

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, dyr, 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, dyr samfunn og miljø er et avgjørende bidrag til FNs bærekraftsmål.

3.A Stanse, forebygge eller redusere

3.A.1 Beskriv mål og status for de tiltakene virksomheten har iverksatt for å redusere prioritert risiko

	Fri fagorganisering
Overordnet mål :	Vi ønsker at alle fabrikker vi handler med skal ha en demokratisk valgt arbeider-representant
Status :	Utfordrende grunnet statlig styrt fagforening i Kina, men vi oppmuntrer kontinuerlig våre leverandører Det er et ønske å implementere medarbeiderrepresentanter hos våre faste leverandører, som vil være bindeledd mellom ledelse og medarbeidere. Vi ser dette som en mulighet hos de leverandørene hvor vi kan forplikte oss til et langsiktig samarbeid.
Mål i rapporteringsåret :	At våre leverandører signerer COC som krever mulighet for en demokratisk valgt arbeider-representant Status 2025: Alle leverandører har signert, og vårt neste steg er nå å forplikte oss til langsiktige samarbeid med et konsolidert leverandørnettverk for å kunne påvirke dem best mulig i en ønsket retning.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Alle leverandører må signere COC basert på prinsipper for etisk handel. I tillegg prøver vi å danne oss en oversikt over antall fagorganiserte hos våre leverandører
Konsolidere antallet av leverandører til en håndterbar og påvirkelig mengde.
Forplikte oss til langsiktig samarbeid.
Velge medarbeiderrepresentanter i samarbeid med leverandøren.
Forplikte oss til kontinuerlig forbedring.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Det forventes ikke at leverandørenes ansatte blir uavhengig fagorganiserte, men det forventede resultatet er at bransjen som helhet forsøker å påvirke leverandører til å utforske muligheten for uavhengig fagforening for de ansatte.

	Overtid og levelønn
Overordnet mål :	Redusert bruk av overtid. Alle ansatte hos våre produsenter skal minimum ha levelønn
Status :	Utbredt bruk av overtidsarbeid. Vi har kartlagt dette gjennom vår bruk av tredjepartsverifiserte sosiale revisjonsstandarder og funnet at flertallet av våre leverandører har utfordringer med overtid i forhold til deres nasjonale lovgivning. På samme måte er det for noen utfordringer med levelønnsnivå, som reflektert i for eksempel BSCI/Sedex-rapporteringer.
Mål i rapporteringsåret :	At våre leverandører signerer en COC som krever levelønn og arbeidstakerrettigheter jf. ILO-standarder for alle ansatte. Status 2025: Alle leverandører har signert, og vårt neste steg er nå å forplikte oss til langsiktige samarbeid med et konsolidert leverandørnettverk for å kunne påvirke dem best mulig i en ønsket retning.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Vi har implementert tiltak basert på de nevnte målene. Dette er en utfordrende situasjon, da vi ikke ønsker å begrense de ansattes muligheter, samtidig som vi har en etisk og juridisk forpliktelse til å sikre akseptable vilkår for dem. Vi søker derfor kontinuerlig dialog med våre leverandører angående denne problemstillingen.
Konsolidere antallet av leverandører til en håndterbar og påvirkelig mengde.
Forplikte oss til langsiktig samarbeid.
Velge medarbeiderrepresentanter i samarbeid med leverandøren.
Forplikte oss til kontinuerlig forbedring.

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Å kunne redusere overtid ved å ha få konsoliderte leverandører som følger strenge bransjestandarder, blir tredjepartsinspektert og kan påvirkes ved at vi har relativt store volum hos dem, og derfor kan påvirke produksjonsplanlegging gjennom lead-time og avklaring med kunden.

	Miljø (CO2-utslipp, kjemikalier og vannforbruk)
Overordnet mål :	Redusere CO2-utslipp i verdikjeden ved å kontinuerlig måle, kartlegge og overvåke våre utslipp. Unngå skadelige kjemikalier i all produksjon. Se etter alternativer for å redusere energikrevende produksjon.
Status :	Status 2024: Vi har utarbeidet ESG-rapportering som dekker scope 1+2. Scope 3 er en del av vår handlingsplan frem mot 2026. Dette skal brukes til å identifisere forbedringspotensial i bedriften for å styre reduksjon av utslipp.
Mål i rapporteringsåret :	Begynne kartlegging av potensielle klimautslipp i flere faser av produksjonen. Dette vil være et langsiktig mål. Fortsette compliance-arbeidet for å sikre at produktene vi produserer kan inngå i et helhetlig og sirkulært økonomisk system, som også tar hensyn til avfallsbehandling av produkter etter endt levetid. Status 2025: ESG-rapporteringen for 2025 er igangsatt og vil kunne presenteres primo 2026 for regnskapsåret 2025.

Beskriv iverksatte eller planlagte tiltak :

Universal Brands AS erkjenner miljøpåvirkningen gjennom hele produksjonsprosessen, fra fremstilling til avfall. Vi har sterkt fokus på å ta ansvar i alle ledd av produksjonskjeden, og vi vil fortsette å identifisere og redusere negative konsekvenser.
Kartlegge utslipp i scope 1/2/3 slik at vi kan påvirke gjennom vår analyse av utslipp og emisjoner.
ESG rapportering (Nordic Sustainability Reporting Standard)

Beskriv faktiske eller forventede resultater av tiltaket, samt mål og aktiviteter for kommende rapporteringsår :

Å kunne påvirke vår leverandørkjede på flere faktorer ved å ha tilgang til et større utvalg av data, som betyr at vi kan endre for eksempel materialvalg basert på emisjonsestimater.
Fortsatt tett samarbeid med ECOHouse for å sikre trygg produksjon i forhold til kjemikaliebruk. ECOHouse holder oss til en hver tid orientert om kandidatlisten (SVHC) - som forteller hvilke kjemikalier som kan komme på forbudsliste.
Å konkretisere en løsning for Scope 3-beregning

3.B Andre tiltak for å håndtere risko for negativ påvirkning/skade

3.B.1 Reduksjon av natur- og miljøpåvirkning

- Redusert bruk av emballasje/polybag --> Kartlegging av forbruk og reduksjon av forbruk er et igangsatt prosjekt. Det gjennomføres årlige målinger og evalueringer av forbruk, samt en kritisk vurdering av behovet for emballasje i produktutviklingen.
- Vi ønsker utstrakt bruk av resirkulerbart materiale --> Dette er et fokus i produktutviklingen – at vi, i alle områder hvor det er juridisk og kvalitetsmessig mulig, iverksetter substitusjon til resirkulerte materialer.
- Vi ønsker flere miljøvennlige alternativer --> Kontinuerlig kartlegging av produkter og materialer, samt substitusjon av materialer (spesielt kompositt) til ikke-komposittmaterialer med fokus på sirkulær økonomi.
- Økt levetid på produkter --> reparasjonskit medfølger på enkelte modeller
- Solid styring av compliance og miljøutslipp flyttes fra produkter til mindre belastende komponenter (substitusjon).

3.B.2 Reduksjon av klimagassutslipp

- Ved søk av nye fabrikker vil det prioriteres fabrikker som har en plan for hvordan redusere klimagassutslipp og styring av ressurser
- Redusere flyfrakt til et minimum --> Lengre ledetid, tidlig avklaring av krav og produksjonsplanlegging med fokus på leveringstid.
- Kartlegge utslipp i scope 1/2/3 slik at vi kan påvirke gjennom vår analyse av utslipp og emisjoner.

3.B.3 Tilpasning av egen innkjøpspraksis

- Tett dialog. Dette ser vi på som en nøkkelfaktor --> Langvarige relasjoner med leverandører samt konsolidering av produksjon er nøkkelfaktorer som det jobbes aktivt med.
- Produsere i lavsesong der det er mulig --> Dette er et klart fokus i vårt arbeid.
- Lengre ledetider --> tidlig avklaring av krav og produksjonsplanlegging med fokus på leveringstid.
- Kartlegge utslipp i scope 1/2/3 slik at vi kan påvirke gjennom vår analyse av utslipp og emisjoner.

3.B.4 Valg av produkter og sertifiseringer

Universal Brands AS er sertifisert/medlem etter følgende standard/i følgende organisasjon
- ISO9001
- ISO 14001
- Grønt Punkt Norge
- Miljøfyrtårn
- Fairtrade
- Etisk Handel Norge
- ECOVadis

Videre jobbes det i compliance-regi med følgende standarder på bedriftsnivå
- OEKO TEX
- GOTS
- SA 8000
- BSCI
- SEDEX
- ISO 45001

Vi har i økende grad støttet oss på eksterne tredjeparts-sertifiseringer, som nevnt ovenfor. Diverse sertifiseringsordninger gir oss en viss kontroll over produktene våre, slik at vi sikrer at ingenting skadelig for mennesker og miljø slipper ut på markedet. Samtidig vektlegger vi også sertifiseringer som reduserer plastbruk eller sikrer at skadelige kjemikalier unngås i samsvar med REACH-reglene.

Vi bruker også sertifiseringer når vi vurderer nye samarbeidspartnere. Det er essensielt for oss i denne prosessen å evaluere fokus på bærekraft og miljø, og det er nyttig å identifisere hvilke sertifiseringsordninger som er implementert. Sertifiseringer kan også forenkle sporingen gjennom hele leverandørkjeden.

Vi jobber kontinuerlig med å redusere bruken av emballasje og utforsker mer miljøvennlige materialer som tencel og andre bærekraftige alternativer.

3.B.5 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

Fri fagorganisering er en utfordring i Kina da fagforeningene er statlig styrt.
Vi ønsker et større fokus på dette, og har et ønske om at alle våre produsenter skal ha en demokratisk valgt arbeider-representant.

3.B.6 Bidrag til utvikling, kompetanseheving og opplæring internt og av leverandører og arbeidere i leverandørkjeden

Universal Brands ble i 2023 medlem av Etisk Handel Norge.
Vi har dermed hatt stort fokus på kompetanseheving og opplæring internt gjennom diverse kursing, foredrag og workshop. I tillegg har vi et sterkt samarbeid med flere eksterne eksperter som håndterer delprosesser for oss for å sikre høyest mulig kompetanse og kvalitet i hvert aspekt.

3.B.7 Bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser i egen virksomhet og leverandørkjeden

Som tidligere påpekt har vi over mange år etablert et sterkt og langsiktig partnerskap med flertallet av våre leverandører. Vår relasjon er bygget på gjensidig tillit og en felles forståelse av at korrupsjon og bestikkelser ikke tolereres på noe nivå. I vår Code of Conduct, som alle leverandører forplikter seg til, framgår det klart at enhver form for korrupsjon ikke aksepteres. Vi har ekstern revisjon som gjennomgår transaksjoner og verifiserer kontonumre og kontaktpersoner. Det er også utarbeidet en gavepolitikk for alle ansatte og ledelse.

3.B.8 Annen relevant informasjon for hvordan dere arbeider med å redusere, forhindre og håndtere negativ påvirkning

Det jobbes kontinuerlig med en helhetlig tilnærming til produksjon - vårt aller viktigste mål er å bidra til at produktene kan inngå i en sirkulær økonomi, der det er kontroll fra start til slutt. Alle produkter produsert av Universal Brands vil være designet med hensikt om å passe inn i et etablert avfallshåndteringssystem.

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 a) hvem som har ansvar for å overvåke effekten og resultatene av tiltak iverksatt og hvordan dette gjennomføres i praksis, b) hvem som har ansvar for å evaluere arbeidet med aktsomhetsvurderinger, og hvordan dette gjennomføres i praksis

Daglig leder, sammen med ESG-ansvarlig Magnus Kardel, har det overordnede ansvaret for å overvåke effekten og resultatene av de tiltakene som iverksettes. Dette gjennomføres i praksis ved en systematisk tilnærming der vi benytter anerkjente verktøy og ressurser, som for eksempel Etisk Handel sine retningslinjer og anbefalinger. Ved hjelp av tredjepartsverifiserte revisjoner (audits) sikrer vi en objektiv vurdering av vår innsats og identifiserer områder hvor ytterligere forbedringer kan gjøres. Disse revisjonene danner grunnlaget for våre aktsomhetsvurderinger og påfølgende tiltak for å sikre at vi etterlever våre etiske og miljømessige forpliktelser. Ansvar for evaluering av arbeidet med aktsomhetsvurderinger ligger også hos daglig leder og ESG-ansvarlig. Evalueringen skjer gjennom en strukturert prosess hvor innsamlede data og rapporter fra tredjepartsaudits analyseres nøye for å vurdere effekten av implementerte tiltak. Basert på funnene justeres og forbedres strategier og handlingsplaner for å sikre kontinuerlig fremgang. Dette sikrer ikke bare samsvar med nasjonale og internasjonale krav, men bidrar også til en mer bærekraftig og ansvarlig drift.

Denne overvåkingen utføres gjennom regelmessig dialog og møter. Dette arbeidet er en pågående prosess, der vi kontinuerlig søker etter forbedringer. Produktansvarlige innenfor hver produktkategori er ansvarlige for den daglige dialogen med leverandører angående innkjøp og design.

Vi opprettholder også tett kommunikasjon med EcoHouse når det gjelder sertifikater og testing av produktenes innhold, for å forsikre oss om at kjemikaliebruken er i samsvar med REACH-regelverket. Dette betrakter vi som vårt viktigste verktøy for å styre påvirkningen på miljøet og beskytte arbeidstager.

4.A.2 Beskriv hvordan dere sannsynliggjør og/ eller måler effekten av tiltak for å redusere risiko

For å sannsynliggjøre og måle effekten av tiltak for å redusere risiko, benytter vi en systematisk tilnærming basert på tredjepartsverifiserte funn og oppfølging gjennom CAPR (Corrective Action Plan). Når avvik identifiseres gjennom revisjoner, stilles det krav til dokumentasjon som bekrefter at nødvendige forbedringer er implementert og etterlevd. Dette sikrer at tiltakene ikke bare settes i gang, men også gir reelle forbedringer i praksis.

Effekten av disse tiltakene måles kontinuerlig opp mot våre kundekrav og eksterne standarder. Ved regelmessig oppfølging av revisjonsrapporter, tilbakemeldinger fra leverandører og andre relevante interessenter kan vi evaluere hvorvidt risikoen er redusert og om ytterligere tiltak er nødvendige. På denne måten sikrer vi at vårt arbeid med aktsomhetsvurderinger er både målrettet og effektivt, samtidig som vi skaper en mer ansvarlig og bærekraftig leverandørkjede.

Corrective Action Plans (CAPR) og løpende oppfølging av leverandører for å overvåke risiko for negativ påvirkning. Gjennom analyser av revisjonsfunn, dokumentasjon av utbedringer og evaluering opp mot kundekrav, sikrer vi kontinuerlig forbedring. Indikatorer som overtid, levelønn, og arbeidsforhold følges opp systematisk og danner grunnlaget for våre risikovurderinger

Langvarige relasjoner med leverandører har styrket vår tillit til deres seriøsitet og bevissthet om sitt ansvar. Gjennom dialog med våre leverandører ser vi at det å legge inn ordre tidlig har en positiv effekt ved å lette på arbeidspresset og ikke minst redusere bruk av overtidsarbeid.

Ved behov har vi de siste årene benyttet en egen kontrollør i Kina til besøk på fabrikker, og dette har vært svært nyttig for oss. Vi planlegger å fortsette med dette arbeidet. I tillegg har vi til hensikt å besøke utvalgte fabrikker for å gjennomføre kontroller og videreutvikle relasjonene.

Til slutt er vår innsats for samsvar også en betydelig faktor for å identifisere, forebygge og redusere negativ påvirkning gjennom substitusjon av kjemiske produkter og generell produkttrygghet.

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. Virksomheten skal kommunisere offentlig om relevante styringsdokumentet knyttet til aktsomhetsvurderinger, eksempelvis policyer, retningslinjer, prosesser og aktiviteter knyttet til å identifisere og håndtere virksomhetens faktiske og potensielle negative påvirkning på mennesker, dyr, 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

Det avtales planer for håndtering av avvik og risikoelementer i samarbeid med leverandøren, hvor det stilles krav til konkrete forbedringstiltak. For å sikre en grundig oppfølging gjennomfører Universal Brands on-site leverandørevalueringer, for eksempel i Kina, hvor det legges vekt på en løpende dialog og overvåkning av de mest kritiske områdene. Dette bidrar til en mer transparent og ansvarlig leverandørkjede, samtidig som det styrker vårt arbeid med risikoreduksjon og aktsomhetsvurderinger.
Ved eventuell negativ påvirkning eller skade forårsaket av oss eller en av våre produsenter, vil vi samarbeide for å identifisere og implementere løsninger for best mulig gjenoppretting av skaden. Vi anerkjenner at feil kan oppstå, men vektlegger betydningen av å lære av dem og jobbe for å unngå gjentakelse i fremtiden. Vi streber etter langsiktige relasjoner som gir oss tillit til å finne gode løsninger sammen som partnere.

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

Vår virksomhet kommuniserer åpent om vårt arbeid med kartlegging og håndtering av negativ påvirkning gjennom blant annet vår ESG-rapportering. I begynnelsen av 2025 leverte vi vårt første ESG-regnskap, som er offentlig tilgjengelig og distribuert til relevante interessenter. Rapporten inkluderer en dobbel vesentlighetsanalyse som fremhever de mest kritiske aspektene ved vår drift, inkludert de aktsomhetsvurderte områdene.

Dette er et løpende og kontinuerlig arbeid som krever en systematisk og målrettet innsats. Fremover vil vi spesielt fokusere på å inkludere Scope 3-utslipp for å sikre en helhetlig tilnærming til bærekraft og risikohåndtering. Kartlegging og håndtering av negativ påvirkning er en prosess som aldri egentlig avsluttes – vi jobber kontinuerlig med å samle inn og bruke relevante data for å forbedre driften og minimere både miljømessig og menneskelig påvirkning.

Vår kommunikasjon er forankret i et ønske om kontinuerlig forbedring, der åpenhet, ansvarlighet og datadrevet innsikt danner grunnlaget for hvordan vi deler vårt arbeid med omverdenen.
Vi opprettholder kommunikasjon med samtlige kunder og informerer dem om vårt arbeid med aktsomhetsvurdering og bærekraft. Dette utgjør en sentral del av vår daglige virksomhet, og vi legger vekt på at alle skal ha en forståelse for hvor alvorlig vi tar denne oppgaven.
Vi arbeider aktivt med å forbedre nettsiden vår, slik at vi kan formidle våre initiativer klart og tydelig. Dette inkluderer publisering av relevante temaer og skaper større åpenhet om kartlegging og håndtering.

5.A.3 Beskriv virksomhetens rutine for å ivareta og besvare eksterne henvendelser relatert til informasjonskravet pålagt virksomheter under åpenhetsloven.

Våre kunder og andre interessenter kan nå oss på kundeservice via e-post og telefon, slik at alle henvendelser registreres i vårt system. Dette gir oss kontroll over tidsfrister og muligheten til å gi etterspurt informasjon i rett tid. Gjennom vårt samarbeid med ECOHouse sikrer vi full sporbarhet i henhold til lovens krav på alle produkter for å lette eventuelle prosesser om tilbagekald og produktansvar.

Vår virksomhet har etablert en klar og strukturert rutine for å håndtere og besvare eksterne henvendelser relatert til informasjonskravet under åpenhetsloven.
Henvendelser fra eksterne interessenter, inkludert kunder, samarbeidspartnere, organisasjoner og enkeltpersoner, mottas primært via vår salgsupport. Disse forespørslene blir registrert og behandlet i samsvar med interne retningslinjer for å sikre en rask og presis respons.
Ansvarlig for håndtering av henvendelser er vår ESG-ansvarlige, Magnus Kardel, i samarbeid med daglig leder. Henvendelser vurderes individuelt, og relevante data om aktsomhetsvurderinger, leverandørkjeden og våre tiltak for å redusere risiko for negativ påvirkning blir gjennomgått. Vi tilstreber å gi fyldestgjørende svar innen den lovpålagte fristen på tre uker, med mindre forespørselen krever mer omfattende undersøkelser, i hvilket tilfelle avsender informeres om en forlenget behandlingstid.
Vår rutine sikrer at alle henvendelser behandles profesjonelt og transparent, i tråd med våre forpliktelser under åpenhetsloven. Dette er en viktig del av vårt arbeid med ansvarlig forretningspraksis og vår kontinuerlige innsats for åpenhet og forbedring.

6

Gjenoppretting der dette er påkrevd

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

Virksomhetens policy for gjenoppretting ved negative konsekvenser beskriver hvordan vi håndterer og gjenoppretter etter eventuelle negative konsekvenser for miljø, samfunn eller mennesker som kan oppstå som følge av våre aktiviteter. Den fastsetter at negative konsekvenser skal identifiseres raskt og at nødvendige tiltak for å stoppe, redusere eller rette opp skader skal iverksettes umiddelbart.
Policyen understreker også viktigheten av å evaluere årsakene til hendelsene, gjennomføre korrigerende tiltak, og sørge for kommunikasjon med berørte parter. Den legger vekt på at virksomheten skal lære av hendelser for kontinuerlig å forbedre våre prosesser, samt sikre åpenhet og ansvarlighet i håndteringen av negative konsekvenser. Langsiktige løsninger for å forhindre gjentakelse er også en viktig del av policyen.

Vår egen bindende miljøpolitikk er utformet med forpliktelsen til å kontinuerlig forbedre våre miljøprestasjoner og forebygge forurensning fra våre produkter og aktiviteter, når vi blir oppmerksomme på forhold som bør og kan forbedres. Dette gjelder både lokalt miljø og i de landene hvor produktene våre produseres. Våre produkter produseres med helhetlig fokus, og allerede i utviklingsfasen støtter vår egen miljøpolitikk vårt arbeid med å fjerne unødvendige kjemiske komponenter som vi vet er problematiske - til og med før disse kjemiske komponentene blir ulovlige å bruke. Ofte stiller vi derfor høyere krav til oss selv enn det loven krever av oss. Skulle vi bli klar over at det likevel har skjedd negative konsekvenser for miljøene (både mennesker, dyr og natur) vi opererer i, vil vi håndtere dette ansvarsfullt og fullt ut.

Beskriv eventuelle tilfeller av gjenoppretting i rapporteringsperioden

Det har ikke vært utfordringer eller problemstillinger som krevede gjenoppretting i rapporteringsperioden.

6.B Sikre tilgang til klagemekanismer

6.B.1 Beskriv hva virksomheten gjør for å sikre at ansatte og andre interessenter, spesielt påvirkede arbeidere og lokalsamfunn har tilgang til varslingskanaler og klagemekanismer

Universal Brands ansatte forplikter seg til å rapportere om hendelser som har negative konsekvenser for interessenter eller miljø.

Universal Brands ønsker at sikre at ansatte og andre interessenter, inkludert påvirkede arbeidere og lokalsamfunn, har tilgang til effektive varslingskanaler og klagemekanismer ved å implementere flere tiltak:

1. Tydelig kommunikasjon: Vi informerer alle ansatte, leverandører og lokalsamfunn om hvordan de kan bruke disse kanalene gjennom opplæring, informasjonsmateriell og tilgjengeliggjøring på flere språk for å sikre at alle forstår prosessene.

2. Sikre, uavhengige mekanismer: Varslingskanalene er utformet for å sikre konfidensialitet og rettferdig behandling. Klager behandles av uavhengige enheter eller tredjeparts revisorer som ikke har interesse i utfallet av saken, for å sikre at prosessene er objektive og rettferdige.

3. Klagebehandling: Alle klager og varsler gjennomgås grundig, og relevante tiltak iverksettes raskt for å rette opp eventuelle brudd. Det blir også gitt tilbakemelding til den som har varslet, slik at de føler seg trygge på at deres bekymringer blir tatt på alvor.
Kontinuerlig forbedring: Vi evaluerer regelmessig våre varslings- og klagemekanismer for å identifisere mulige forbedringer og sørge for at de er effektive og lett tilgjengelige for alle relevante interessenter.

4. Forpliktelse hos leverandører: Universal Brands forplikter seg til å bygge langsiktige samarbeidsforhold med våre leverandører, basert på gjensidig tillit og et kontinuerlig engasjement for bærekraft og etiske arbeidsforhold. Vi jobber for å implementere ordninger som en medarbeiderrepresentant, som kan fungere som et bindeledd mellom ledelsen og de ansatte. Denne rollen vil gjøre det mulig for medarbeidere å kommunisere utfordringer og problemer direkte til ledelsen på en trygg måte, og vil bidra til at lokal ledelse blir informert om potensielle arbeidsrelaterte eller etiske problematikker. Dette sikrer et tett samarbeid og bedre kommunikasjon, som er essensielt for å opprettholde et godt arbeidsmiljø og ansvarlige arbeidsforhold på tvers av vår leverandørkjede.
I tillegg til å implementere medarbeiderrepresentanter, ønsker vi at disse representantene skal ha direkte kontaktmuligheter med Daglig Leder og ESG Ansvarlig. Denne ordningen gir medarbeiderrepresentantene muligheten til å rapportere om eventuelle brudd på vår Code of Conduct (COC) eller andre forhold som krever oppmerksomhet. Denne direkte linjen til ledelsen sikrer en rask og effektiv håndtering av eventuelle problemer, og understreker vårt engasjement for å ivareta etisk praksis og arbeidsforhold i hele leverandørkjeden.

Varslingskanaler består av ulike aspekter; det benyttes i stor grad tredjepartsverifiserte sosiale revisjoner for å gjennomføre stikkprøvekontroller av systematiske brudd på Code of Conduct (COC). I tillegg gjennomfører vi egne stikkprøvekontroller og leverandørbesøk som utføres i henhold til interne krav i Universal Brands. Vi blir dessuten også selv utsatt for stikkprøvekontroller av våre største kunder med hensyn til sosial compliance, og disse utfører også egne, tredjepartsverifiserte godkjenninger av våre leverandører. Derfor anerkjenner vi at store deler av dette består av stikkprøver og øyeblikksbilder når det gjelder leverandørkontroll og varslingskanaler i den retningen. Dette er også grunnen til at vi ønsker å oppnå medarbeiderrepresentanter hos alle leverandører som leverer fast til oss, slik at vi har mulighet for dialog.
Avslutningsvis har vi varslingskanaler i Norge tilgjengelig for relevante ansatte internt, med en kommunikasjonskjede for hendelser, og med relevant personell satt av – for eksempel til sosiale avvik fra forbrukerhenvendelser, produktavvik eller lignende. Vi har ikke produksjon i Norge selv, og derfor omhandler våre varslingskanaler primært produktenes sikkerhet og miljømessige forsvarlighet.
Konkrete eksempler på klagemekanismer inkluderer blant annet en intern varslingskanal (whistleblower-løsning) i selskapet, direkte kontakt med arbeidstakerrepresentanter hos kritiske leverandører – hvor det opprettholdes en kontinuerlig dialog – samt en ekstern varslingskanal tilgjengelig via kontaktskjemaet på vår nettside.

Universal Brands har ikke kjennskap til at vi har forårsaket skade på mennesker, samfunn eller miljø som krever gjenoppretting. Dersom en slik skade skulle skyldes en av våre leverandører, vil vi benytte vår innflytelse for å inngå i dialog med den berørte leverandøren og implementere nødvendige tiltak for gjenoppretting og vi vil håndtere dette ansvarsfullt og fullt ut.

Kontaktinformasjon:

Universal Brands AS
Magnus Kardel
magnus@ecohouse.dk