



# MEDLEMSRAPPORTERING FOR Artisti Profil AS

For 2018

---

*"Initiativ for etisk handel (IEH) medlemmer har forpliktet seg til å sette i verk tiltak for å bidra til bedre forhold i egne leverandørkjeder."*

## Til lesere av rapporten

Etisk handel skal sikre at produksjon skjer på rettferdig, forsvarlig og lovlig vis. Initiativ for etisk handel (IEH) medlemmer har forpliktet seg til å sette i verk tiltak for å bidra til bedre forhold i egne leverandørkjeder. Til grunn for dette arbeidet ligger IEHs retningslinjer for etisk handel. Retningslinjene dekker områdene arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø og antikorrupsjon.

Medlemmene er også forpliktet til hvert år å rapportere om hvilke utfordringer de står overfor og resultatene av forbedringsarbeidet. Det er denne rapporten du sitter med nå. Rapporten er offentlig tilgjengelig.

IEHs mal for medlemsrapportering søker å svare på forventningene til arbeid med samfunnsansvar i FNs retningslinjer for næringsliv og menneskerettigheter og OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper, som due diligence og interessentdialog. Den inkluderer også indikatorer for leverandørkjeden som inngår i Global Reporting Initiatives rapporteringsrammeverk. Når det gjelder leverandørkjeden, dekker rapporten også FNs Global Compact krav til framdrifts-rapportering.



Heidi Furustøl  
Daglig leder IEH

---

## Forord fra: Tor Akersveen, daglig leder, Artisti Profil AS

The sustainable development goals (SDG), eller bærekraft som vi sier på norsk, har vært i vårt fokus siden vi ble medlem i IEH i 2008. Nå er dette også i fokus for medier og myndigheter og det er bra! Bærekraftig ressursbruk er viktig for å sikre fremtidig drift globalt og i den sammenheng er også vår lille innsats viktig.

Artisti sitt arbeid med etisk handel løper videre. Vi fortsetter vårt systematiske arbeid med å kontrollere, dokumentere, informere og bistå våre eksisterende og nye produsenter i forhold til dette. Det er der ute vi kan påvirke mest.

Her hjemme jobber vi etter de systemer og krav vi har satt oss selv i forhold til vår ISO-sertifisering for miljø og kvalitet. Vårt daglig arbeid er systematisert og godt integrert blant alle ansatte i Artisti.

Materialbruk, produksjonsmetoder og energibruk er viktige områder vi har satt under lupen i 2018. Vi har hatt et fokus på at råvarer i størst mulig grad skal være av bærekraftige materialer. I tillegg har vi søkt etter produsenter som har solenergi som kraftkilder og gode vann- og avløpsløsninger i produksjonen.

Bærekraft handler imidlertid også om å ha et fokus på menneskene og økonomien. Det er viktig for oss å bidra til stabilitet hos våre produsenter og et langvarig og forutsigbart samarbeid er derfor nødvendig. Vi tror på at en stabilitet for produsentene også bidrar til at de kan gjøre de nødvendige grepene for å møte miljøutfordringene lokalt. Selv om vi i Artisti er en liten brikke i den store sammenheng vil vår påvirkning også bidra til økt bærekraft!

Norge har solid økonomi og bedre muligheter enn mange andre land til å kunne bidra. Kravene til bærekraft og miljø er store, og det er bra, men vi opplever fortsatt i stor grad at både offentlige og private virksomheter alt for ofte setter pris foran hensynet til bærekraftig produksjon hvis merkostnaden blir for stor.

Vi ser imidlertid en liten bedring fra tidligere, men vi jobber daglig for å bevisstgjøre at etisk handel, menneskeverd og bærekraftig produksjon også er viktig ved kjøp av profilprodukter.

Arbeidet med etisk handel og bærekraft er en kontinuerlig prosess og vårt arbeid på dette området vil fortsette med samme uforminsket styrke og med tro på at vårt lille bidrag fører til en bedre verden.

Vår rapport om etisk handel er offentlig tilgjengelig igjennom IEH.

5. februar 2019

Tor Akersveen  
daglig leder  
Artisti Profil AS



## Innhold

Til lesere av rapporten	2
Forord	3
Grad av besvarelse av rapporten	5
Om bedriften	6
Mål og framdrift	9
<b>1. FORANKRE - Forankring i bedriften og hos leverandørene</b>	<b>11</b>
Forankring i bedriften	12
Intern opplæring og bevisstgjøring	12
Forankring av etiske krav i leverandørkjeden	12
<b>2. KARTLEGGE - Kartlegging av risiko i leverandørkjeden</b>	<b>14</b>
Vurdering av nye leverandører	15
Oversikt over hvor produksjonen skjer hos eksisterende leverandører	16
Metode for å kartlegge risiko hos eksisterende leverandører	17
Beskrivelse av risikobilde i leverandørkjeden	18
<b>3. TILPASSE - Tilrettelegging av innkjøpspraksis</b>	<b>20</b>
Langsiktighet i leverandørrelasjoner	21
Innkjøpspraksis	21
Vurdering av effekten av tiltak for å forbedre innkjøpspraksis	22
<b>4. SAMARBEIDE - Forbedringer i leverandørkjeden</b>	<b>23</b>
Produktdesign og råvarevalg	24
Kompetansehevingstiltak hos leverandører	24
Forbedringstiltak hos leverandører	25
Bruk av sertifisering	29
Forbedringsprosjekter og -tiltak	30
Vurdering av effekten av forbedringstiltak	30
<b>5. KOMMUNISERE - Bevisstgjøring, dialog og oppslutning</b>	<b>31</b>
Intern og ekstern kommunikasjon om etisk handel	32
Klageordninger	33
Styrke oppslutningen om etisk handel og erfaringsdeling	34



## Grad av besvarelse av rapporten

Medlemmer av IEH er i forskjellige faser av arbeidet med etisk handel. De tilhører ulike bransjer og møter ulike typer utfordringer. Noen handler gjennom agenter og importører og har ikke direkte kontakt med produksjonsleddet. Små bedrifter har ofte mindre ressurser enn de store til å bruke på etisk handel. Ved første gangs rapportering til IEH er virksomhetens datainnsamling dessuten ofte i startfasen.

Derfor gis det anledning til å velge bort ett eller flere spørsmål. Spørsmål som krysses av med «nei» blir skjult i rapporten. Som standard er det krysset av ja for alle spørsmål. Rapportlesere finner fullstendig mal med alle spørsmål på [www.ieh.no](http://www.ieh.no).

For hvert spørsmål som ikke besvares, skal det gis en begrunnelse for hvorfor.

	JA	NEI
Trinn 2 - Screening av nye leverandører (indikator 2-1, punkt b-d)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 2 - Kartlegging av forhold hos enkeltleverandører (spørsmål 2.5)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 2 - Antall eksisterende leverandører kartlagt fordelt på metode (indikator 2-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 3 - Medgått tid for å betale leverandører (indikator 3-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Kompetansehevingstiltak hos leverandører (spørsmål 4.3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak som gjelder arbeidsstandarder og menneskerettigheter (ind. 4-1)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Kartlegging og tiltak som gjelder arbeideres lønn (spørsmål 4.4)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Tiltak som gjelder fagorganisering og kollektive forhandlinger (spørsmål 4.5)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak - utbedring av mangler - som gjelder miljø (indikator 4-2)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringstiltak som gjelder korrupsjon (spørsmål 4.6)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Sertifisering av produkter, materialer og tjenester (indikator 4-3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 4 - Forbedringsprosjekter og tiltak (spørsmål 4.8)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 5 - Kommunikasjon med interessenter (spørsmål 5.3)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 5 - Håndtering av klager (spørsmål 5.6)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trinn 5 - Antall klager og tiltak (Indikator 5-1)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

---

## Om bedriften

### Navn:

Artisti Profil AS

### Viktigste merkenavn, produkter og tjenester:

Artisti gruppen og er et fullservice markedsføringselskap med erfaring og kompetanse for levering av varer og tjenester i hele kundens verdikjede.

- Profil- og gaveartikler
- CRM og dialogmarkedsføring
- Kundeservice, logistikk, varehotell og ERP og e-handel

Hoveddelen av våre produkter er spesialproduserte produkter for våre kunder. Dette spenner seg over alle varekategorier fra tekstil, glass, metallprodukter m.m. Vi forhandler også kjente norske merkevarer fra leverandører som Norrøna, Amundsen Sport og Tufte. Alle disse har stort fokus på miljø i sine produksjoner.

### Beskrivelse av bedriftens struktur:

Artisti Profil AS er et selskap i Artisti gruppen og er det selskapet som står for kjøp og salg av varer. I tillegg består gruppen av selskapene Artisti Dialog, Artisti Logistikk, Artisti E-commerce og DesignContainer AS. Hvert selskap jobber selvstendig men som kunde hos oss har man tilgang til all kompetanse på tvers av selskapene.

### Adresse hovedkontor:

Strøsmveien 308, 1081 Oslo

### Bedriftens størrelse:

Antall ansatte:

23

Omsetning (NOK):

110 000 000

### Overordnet beskrivelse av leverandørkjeden:

Hvilke innkjøp som omfattes av rapporten:

Alle varekjøp som er for videresalg til våre kunder. Først og fremst produkter vi importerer direkte fra samarbeidende fabrikker i Østen og Europa, men vi stiller de samme kravene til våre norske og europeiske leverandører hvor vi kjøper en standard vare.

Antall leverandører:

105

Verdi av innkjøp fordelt på type vare og tjenester, leverandørtype (f.eks. produsent, mellomledd) og region/land:

Typen varer og tjenester	Prosentandel av innkjøp (%)
Tekstilvarer (klær, sekk, bag, håndklær m.m.)	45 %
Plastvarer (diverse til matoppbevaring, give aways)	15 %
Metallvarer (pins, termokopper, matbokser m.m.)	15 %
Elektronikk (radioer, kjøkkenmaskiner m.m.)	25 %

Leverandørtype:	Prosentandel av innkjøp (%)
Produsenter	47 %
Agenter	10 %
Norske og europeiske grossister	25 %
Norske og europeiske merkevareleverandører	18 %

Region/land:	Prosentandel av innkjøp (%)
Norge/Norden	31 %
Andre land utenfor Europa	2 %
Europa	21 %
Kina	46 %

### Kontaktinformasjon for rapporten:

Kontaktperson: Tor Akersveen

Tittel: daglig leder Artisti Profil AS

Epost: ta@artisti.no

Telefon: 95072480

### Innmeldingsår i IEH:

2008





Foto: Shutterstock





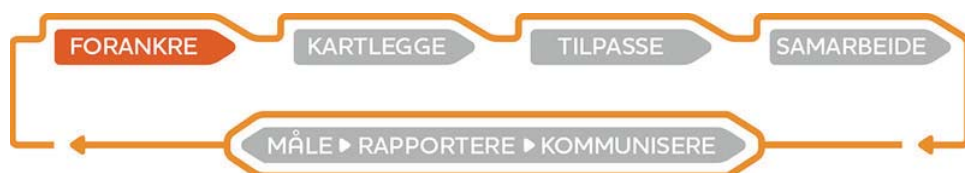
## Mål og framdrift i rapporteringsåret

Mål	Status	Gjelder trinn i IEHs implementeringsmodell				
		1	2	3	4	5
For å kunne følge opp leverandørene mer effektivt, samt sikre høy kvalitet på sine kinesiske leverandører, skulle Artisti Profil å utarbeide en leverandørliste med oversikt over de to beste leverandørene innen hver produktkategori.	Vi har gjennomført tiltaket og har i tillegg nå en god oversikt over styrker og forbedringsområder hos de ulike produsentene slik at vi kan bidra til forbedringer der det er nødvendig.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Artisti Profil sitt mål for 2018 var å knytte til seg tekstilleverandører som leverer produkter produsert med miljøvennlige materialer. Artisti Profil skulle i tillegg fokusere på å erstatte flest mulig syntetiske tekstilprodukter med tekstilprodukter produsert med naturlige materialer for å begrense tilførselen av mikroplast til havet.	Vi har hatt fokus på å finne gode alternativer til fleece og våre kunder har også et ønske om det. Pr i dag er ull det aller beste alternativet med tanke på varme. vi har gode produsenter på dette som tilfredsstiller strenge produksjonskrav. Imidlertid er prisen på ull vesentlig dyrere og flere velger derfor fortsatt fleece når de skal ha den typen plagg.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Mål for kommende år

Mål	Gjelder trinn i IEHs implementeringsmodell				
	1	2	3	4	5

Mål	Gjelder trinn i IEHs implementeringsmodell				
	1	2	3	4	5
I 2019 skal vi ha fokus på FNs bærekraft mål nr 12: "Ansvarlig produksjon og forbruk". Det er på dette området vi har størst mulighet til å påvirke og være med på å gjøre en forskjell! Informere og veilede kundene for å velge produkter som er bærekraftige og informere og påvirke leverandørene til å velge miljøvennlige løsninger i produksjonen. Vi har som mål å dokumentere vårt arbeid og våre resultater på dette området i 2019.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



# 1. FORANKRE

Forankring i bedriften og hos leverandørene



# 1. FORANKRE FORANKRING I BEDRIFTEN OG HOS LEVERANDØRENE

---

## Forankring i bedriften

Q1.1 Beskriv hvordan arbeidet med etisk handel er forankret i styret:

Etisk handel er sterkt forankret i styret og eierne og de har god innsikt i det daglige arbeidet med etisk handel.

Q1.2 Beskriv hvordan arbeidet med etisk handel er forankret i ledelsen:

Navn og stilling på person(er) i ledelsen med etisk handel som del av sitt hovedansvar:

Daglig leder i Artisti Profil - Tor Akersveen

Administrerende direktør i Artisti AS - Øyvind Rønningen

Hvorvidt incentiver/bonusordninger er koplet til arbeidet med etisk handel:

Det er ikke knyttet bonusordninger eller andre incentiver til arbeidet med etisk handel.

Hvorvidt det er etablert rapporteringsrutiner for arbeidet med etisk handel:

Selskapet er ISO-sertifisert for miljø og kvalitet (ISO 9001 og 14001 etter den nye standarden) og vi har rutiner for å informere og innhente informasjon fra nye produsenter og for oppfølging underveis i vårt samarbeid. Vi har også rutiner for å innhente ekstra rapporter ved særskilte produksjoner.

Annet:

## Intern opplæring og bevisstgjøring

Q1.3 Beskriv hvilke interne opplærings- og bevisstgjøringsbehov som er identifisert:

Vi har etisk handel som en av kjernepunktene i vår virksomhet så alle ansatte er dette bevisst.

Vi har kurset ansatte på etisk handel. Nye ansatte som kommer til får intern opplæring.

Q1.4 Beskriv opplærings- og informasjonstiltak som er gjennomført i rapporteringsåret:

Alle ansatte har fått oppdatert informasjon og intern opplæring knyttet til miljøutfordringer og sikkerhet i produksjon, bruk av bærekraftige materialer og forbedrede kontrollrutiner rundt produksjon, testing og levering.

## Forankring av etiske krav i leverandørkjeden

Q1.5 Oppgi en fullstendig nettadresse til bedriftens retningslinjer for etisk handel, eller legg dem ved.

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

---

Q1.6 Beskriv bedriftens formidling til og dialog med leverandører om retningslinjene.  
Beskriv:

Hvordan hensikten med retningslinjene blir kommunisert:

Alle leverandører vi benytter må akseptere vår retningslinjer - code of conduct.

Nye leverandører som vi jobber med over tid fyller også ut en egenrapport "Self Assessment Report".

Rapporten blir fulgt opp i hvert enkelt tilfelle og eventuelle tilbakemeldinger og krav om forbedringer blir formidlet. Flere av de nye leverandørene blir også besøkt innenfor en tidsperiode på 12 måneder.

Systemer for tilbakemelding og dialog med leverandørene:

Vi har systematisert vårt arbeid med leverandørene og våre krav og tilbakemeldinger skjer skriftlig og blir fulgt opp med telefonkontakt fra oss. Til Kinaleverandørene foregår samtalene på Mandarin så alt skal være oppfattet korrekt.

Hvorvidt leverandører blir belønnet for gode arbeidsforhold, forbedret miljøhåndtering og annet:

Belønningen de får for å gjøre en god jobb på disse områdene er vår lojalitet til dem ved å fortsette å handle med dem. Ut over dette blir det ikke gitt noen økonomisk belønning.

Hvorvidt retningslinjene er oversatt til lokale språk:

Retningslinjene er på norsk, engelsk og kinesisk (mandarin).

Eventuelle andre relevante opplysninger:

Q1.7 Beskriv i hvilket omfang retningslinjene er formidlet til underleverandører og videre nedover i leverandørkjeden, og hva bedriften gjør for å sørge for at så skjer.

Våre leverandører er alle informert om våre etiske krav og vi har jobbet intensivt de siste 2 årene for å få større kontroll videre nedover i kjeden. I første omgang har vi hatt fokus på leverandører til tekstilprodusentene våre og til plast og metallproduksjon. Dette arbeidet er imidlertid en pågående prosess og vil fortsette også i årene fremover.

Indikator 1 - 1: Angi prosentandel av bedriftens førsteledsleverandører, som omfattes av rapporten, som er blitt kommunisert og har godtatt retningslinjene for etisk handel:

	2018	2017	2016
Total antall leverandører	105	118	118
Prosentandel basert på antall:	90 %	90 %	90 %
Prosentandel basert på innkjøpsvolum:	90 %	90 %	90 %





## 2. KARTLEGGE

Kartlegging av risiko i leverandørkjeden





## 2. KARTLEGGING AV RISIKO I LEVERANDØRKJEDEN (DUE DILIGENCE)

### Vurdering av nye leverandører

Q2.1 Beskriv hvordan bedriften innlemmer hensynet til etisk handel når nye leverandører velges.

Beskriv hvilke kriterier som fører til at en leverandør ikke benyttes:

Produsenter som vegrer seg for å akseptere vår COC, de som har mangelfulle egenerklæringskjema og de som vi under våre besøk ikke tilfredsstillere de kontrollpunktene vi har faller ut. Stort sett retter produsentene seg etter våre korrigeringer. I 2017 stoppet vi bruken av et par leverandører, men i 2018 har ingen blitt byttet ut. Vi har imidlertid valgt å ikke starte samarbeid med et antall produsenter vi har vært i dialog med.

Beskriv hvilke kriterier som fører til at det stilles forbedringskrav til leverandøren:

Hvis det er svar i egenerklæringskjema som ikke tilfredsstillere våre krav vil vi be om at disse forbedres. Arbeidsforhold (varme, lys, ryddighet, generelt rundt arbeidsplassen, hvile- og matforhold) for den enkelte medarbeider er viktig for oss og det er oftest her vi påpeker forbedringstiltak. Dokumentasjon på materialer fra underleverandører er også et viktig punkt og som av og til fører til at vi ber om forbedring. Ved produksjon av enkelte produktgrupper krever vi ofte en ekstern kontroll/test av materialer/produkter.

Velg fra liste hvilke konkrete metoder som benyttes i vurderingen:

- Egenrapporteringskjema
- Egne besøk
- Inspeksjoner
- Rapporter fra tidligere inspeksjoner
- Valg av sertifiserte bedrifter
- Leverandøren har program for oppfølging av sine leverandører
- Annet

Gi nærmere beskrivelse av metodene som har vært benyttet:

Egne besøk og rapporteringskjema har vi beskrevet tidligere i rapporten.

Inspeksjoner er eksterne byråer som gjennomfører en uhildet kontroll av arbeidsplassen og/eller produkttester på innhold/materialer.

#### Indikator 2-1: Vurdering av nye leverandører og resulterende tiltak

A) Angi prosentandel av nye leverandører som har blitt kartlagt for enten arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljøforhold eller korrupsjon, eller for program for å følge opp sin leverandørkjede på disse områdene:

Prosentandel av nye leverandører kartlagt	2018	2017	2016
Prosentandel av nye leverandører kartlagt:	85 %	90 %	90 %

B) Beskriv de viktigste manglene, relatert til de etiske kravene eller leverandør-oppfølgingsprogram, som er avdekket i kartleggingen og i hvilke land de forekommer:

Kartlagte mangler i 2018	Etiske krav som berøres	Land
Manglende kompetanse knyttet til mulesing.	Dyrevelferd	Kina
Sporbarhet bakover i kjeden.	Miljø og arbeidsforhold	Kina

C) Av vurderte leverandører, rapporter:

Oppfølging av vurderte leverandører i 2018:	Prosentandel (%)
Prosentandel som ikke ble valgt som resultat av screeningen	0 %
Prosentandel som det er stilt forbedringskrav til	10 %

D) Gi eventuelle utfyllende kommentarer om hvordan leverandørene dere har vurdert er fulgt opp:

Vi har fulgt opp og rettet på råvareleveranse av ull slik at de tilfredsstiller våre krav. Dette er dokumentert og dermed korrigert.

## Oversikt over hvor produksjonen skjer hos eksisterende leverandører

Q2.2 Beskriv bedriftens kunnskap om hvor produksjonen skjer. Beskriv spesielt:

Kjennskap til produsenter i nærmeste produksjonsledd (first tier):

Vi har ingen indikasjoner på at varer er produsert andre steder enn på de fabrikkene vi har satt bestillingene.

Hvorvidt underleverandører og råvareproduksjon er kartlagt:

Vi har i 2018 besøkt noen nye leverandører i tillegg til underleverandører (trykkerier/stoffinnfarging) for tekstilprodusentene våre. Vi har også fått dokumentert opp flere av råvareprodusentene på tekstil.

Utfordringer relatert til sporbarhet:

Flere av produktene vi leverer er komplekse består av produkter fra et større antall underleverandører. Dette medfører vanskeligheter for å få full kontroll på alle råvarer, men vi jobber kontinuerlig med dette.

Andre relevante opplysninger:

---

Q2.3 Oppgi antall produsenter i nærmeste produksjonsledd per produksjonsland (som bedriften har oversikt over):

Land	Antall
Kina	73
Taiwan	2
Pakistan	1
Tyrkia	1
Norge	11
Sweden	9
Nederland	2
Tyskland	2
India	1
Polen	3

## Metode for å kartlegge risiko hos eksisterende leverandører

Q2.4 Har bedriften et 'overordnet risikobilde' (på land/bransjenivå) når det gjelder arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø og korrupsjon i egen leverandørkjede?

Ja, delvis

Hvis ja, beskriv metode og kilder som er benyttet:

Igjennom medieomtale og internasjonale rapporter i forhold til produksjonsforhold og andel barne- og straffearbeid i enkelte asiatiske land har gjort at vi har satt enkelte land på vår "risikoliste" i forhold til sikker produksjon og derigjennom valgt å ikke legge produksjoner i disse landene.

Q2.5 Beskriv bedriftens framgangsmåte for å kartlegge forholdene hos 'enkeltleverandører' i rapporteringsåret. Beskriv:

Kriterier som er lagt til grunn for å prioritere hvilke leverandører som kartlegges

Leverandører av ullprodukter har vi hatt fokus på i 2018. I tillegg har plastprodusenter blitt avkrevd mer dokumentasjon.

Omfang (andel og geografisk område) av leverandører som er kartlagt

Vi har hovedproduksjon i Kina og det er først og fremst der vi har gjennomført ekstra kontroller.

Metoder som er benyttet i kartleggingen:

Eksterne produksjonstester. Eksterne sertifikater er innhentet på bedrifter, råvarer og enkeltprodukter. Egne bedriftsbesøk.

Eventuelt andre relevante forhold:

Indikator 2-2: Antall eksisterende leverandører kartlagt for enten arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø, korrupsjon eller leverandøroppfølgingsprogram, fordelt på kartleggingsmetode:

Antall leverandører kartlagt totalt	2018	2017	2016
Antall leverandører kartlagt	21	20	25

Antall leverandører kartlagt fordelt på metode	2018	2017	2016
Egne besøk	4	10	15
Bruk av egenrapporteringskjema	21	20	30
Sjekk av rapporter fra tidligere inspeksjoner	21	20	30

## Beskrivelse av risikobilde i leverandørkjeden

Q2.6 Basert på utført kartlegging, beskriv risikobildet i bedriftens leverandørkjede med tanke på manglende etterlevelse av retningslinjene for etisk handel.

Beskriv og begrunn spesielt:

Hvilke produsentland som anses å ha høyest risiko:

Pakistan, India og Kina utpeker seg mest, men også Tyrkia er et land vi nå holder ekstra godt øye med. Vi anser imidlertid ikke risikoen for spesielt høy på de fabrikkene vi benytter oss av fordi vi har besøkt de fleste av dem og vi har eksterne rapporter fra BSCI i tilsvarende på de aller fleste.

Hvilke etiske krav som er mest utsatt for brudd:

Kjemikaliebruk er et utsatt område. Arbeiderettigheter og arbeidsforhold er også utsatte områder.

---

Arbeidstid er også et område hvor det kan forekomme brudd.

Utfordringer knyttet til underleverandører og råvareproduksjon:

Miljømessige aspekter slik som arbeidernes helse og miljøet i nærområdet er to områder som er spesielt utsatte i foredling av råvarer.

Andre særskilte utfordringer, f. eks. knyttet til at leverandører er lokalisert i eksport-/frisoner eller bruker innleid arbeidskraft:



# 3. TILPASSE

Tilrettelegging av innkjøpspraksis





### 3. TILPASSE TILRETTELEGGING AV INNKJØSPRAKSIS

#### Langsiktighet i leverandørrelasjoner

Q3.1 Beskriv bedriftens policy og/eller praksis når det gjelder varighet av leverandørrelasjoner.

Vår policy og praksis har vært den samme i alle år. Vi har langsiktige relasjoner som utgangspunkt - også når vi finner nye leverandører. Et langvarig forhold gjør at vi blir prioritert selv ved mindre produksjoner. Er man på jakt etter lavest mulig pris kan man få rimeligere produkter ved å shoppe rundt, men vi holder oss til våre samarbeidspartnere i størst mulig grad. Leveringstid er oftere grunn til å bytte ut leverandører enn selve prisen.

Indikator 3-1: Andel av totalt innkjøp som gjøres fra leverandører som bedriften har et langvarig forretningsforhold til (se definisjon):

	2018	2017	2016
Prosentandel med langsiktige avtaler:	85 %	85 %	85 %

#### Innkjøpspraksis

Q3.2 Har bedriften undersøkt eller vurdert hvordan bedriftens innkjøpspraksis påvirker bedriftens leverandører?

Ja

Hvis ja, beskriv hvordan dette ble gjort, samt de viktigste funnene:

Bedre arbeidsforhold for de ansatte, god kvalitet i alle ledd i produksjonen, bedre råvarer (vi er villige til å betale for god kvalitet) fører til bedre underleverandører igjen. Vår evne til å kommunisere med dem på Mandarin har bidratt til en enda bedre forståelse for hvordan vi ønsker at det skal være - og det er ført til en større tillit fra leverandørene mot oss også.

Q3.3 Har bedriften gjort tilpasninger i egen innkjøpspraksis for å bidra til bedre arbeids- og miljøforhold hos sine leverandører eller underleverandører?

Ja

Hvis ja, beskriv tilpasningene som er gjort:

Ved å være tidlig ute i prosessene gir vi leverandørene mer rom for å tilrettelegge for gode forhold i produksjonen som igjen fører til bedre sluttprodukter. For å få til dette har vi enda tettere dialog med våre kunder slik at vi kan bistå dem til å ta tidligere beslutninger.

## Indikator 3-2: Medgått tid for å betale leverandører

A) Rapporter antall dager i bedriftens standardbetingelser for å betale leverandører:

Antall dager i standardbetingelser for å betale leverandører	2018	2017	2016
Antall dager for å betale:	30	30	30

B) Rapporter prosentandelen av alle leverandørbetalinger utført i tide:

Prosentandel av alle leverandørbetalinger utført i tide	2018	2017	2016
Prosentandel utført i tide:	100,0 %	100,0 %	100,0 %

## Vurdering av effekten av tiltak for å forbedre innkjøpspraksis

Q3.4 Beskriv hvordan bedriften vurderer effekten av gjennomførte tiltak for å tilrettelegge sin innkjøpspraksis:

Beskrevet allerede litt under punkt Q3.2 og Q3.3, men oppsummert så har effekten etter 3 år med spesielt fokus på alle prosessene i innkjøp gitt noen positive effekter:

Leverandørene har større forståelse for hva vi vil ha og hvorfor. De vet at vi ikke bare skal ha det rimeligst mulig, det skal ha en viss standard - og de vet at vi vil betale for det.

Leverandørene har en større trygghet på at vi kommer igjen med nye ordre så lenge de leverer kvalitet i alle ledd. Feilprosenten er gått ned fordi produsentene får tid til å drive kontroll på produksjonene.



# 4. SAMARBEIDE

Forbedringer i leverandørkjeden



Foto: Shutterstock

## 4. SAMARBEIDE FORBEDRINGER I LEVERANDØRKJEDEN

---

### Produktdesign og råvarevalg

Q4.1 Har bedriften valgt produktdesign eller råvarebruk for å bidra til bedre arbeidsforhold eller miljø i leverandørkjeden?

Ja

Hvis ja:

Beskriv tiltak som er gjennomført i rapporteringsåret:

Vi har hatt fokus på å bruke råvarer og trykkmetoder som i mindre grad påvirker miljøet negativt. Vi har hatt ufravikelige krav knyttet til råvarer av ull. Vi har redusert bruken av plast i emballasje betydelig.

Beskriv hvilken effekt bedriften anser at tiltakene har:

Tiltakene har hatt positiv påvirkning på miljøet.

### Kompetansehevingstiltak hos leverandører

Q4.2 Har bedriften identifisert hvilke behov bedriftens leverandører har for kompetanseheving for å kunne etterleve retningslinjene for etisk handel?

Ja, delvis

Hvis ja, oppgi:

Identifiserte kompetansehevingsbehov:

Plastproblematikken i verden var relativt ukjent for flere produsenter vi var i dialog med i starten av 2018. Her var det imidlertid enkelt å heve den kompetansen og forståelsen.

Vi avdekker fortsatt noe grad av manglende forståelse for arbeidernes behov, men i betydelig mindre grad enn tidligere. Dette er mest knyttet til fysiske tilrettelegginger på fabrikk som er relativt enkle å rette opp.

Planlagte kompetansehevingstiltak:

Informasjon løser mye av de utfordringene som vi har avdekket og beskrevet her. Vi informerer mye på deres morsmål og da forstår de budskapet langt bedre. Ut over å informere har ikke vi satt i gang noen tiltak.

Leverandører som er omfattet med tanke på: antall, land/geografisk område og type leverandører:

Q4.3 Har bedriften bidratt til kompetanseheving hos leverandører i rapporteringsåret?

Ja

Hvis ja, beskriv i tabellen under:

Gjennomførte kompetansehevingstiltak

Leverandører som er omfattet med tanke på: omfang, land/geografisk område og forventet effekt

Kompetansehevingstiltak (organisert selv eller av andre)	Antall leverandører	Land / geografisk område	Effekt (forventet eller målt)
Skriftlig og muntlig informasjon og "opplæring" knyttet til plast og miljøet har vi hatt direkte til utvalgte produsenter.	10-12	Kina	Redusert plastbruk i emballasje er en direkte effekt som de også har tatt med seg ved leveranser til andre kunder.

## Forbedringstiltak hos leverandører

Indikator 4-1: Forbedringstiltak som gjelder arbeidsstandarder og menneskerettigheter (MR)

A) Rapporter antall og prosent av eksisterende leverandører hvor det har blitt identifisert mangler relatert til krav knyttet til arbeidsforhold og menneskerettigheter.

Identifiserte mangler relatert til arbeidsforhold og MR	Antall	Prosentandel
Leverandører hvor det i rapporteringsåret er kartlagt mangler relatert til kravene på arbeidsforhold og menneskerettigheter	1	

B) Rapporter prosentandel av leverandørene med kartlagte mangler (oppgitt i A) hvor:

Det ble avtalt eller stilt krav til forbedringer

Forbedringstiltak ble gjennomført

Kontrakter ble avsluttet (f.eks. ved manglende forbedringsvilje)

Vis også hvordan forbedringstiltakene fordeles på henholdsvis etiske krav og geografisk område.

Forbedringstiltak tilknyttet arbeidsforhold og MR	2018	2017	2016
Prosentandel hvor det ble avtalt eller stilt krav til forbedringer*	100 %	100 %	0 %
Prosentandel hvor forbedringstiltak ble gjennomført*	100 %	50 %	
Prosentandel hvor kontrakter ble avsluttet*	0 %	50 %	

\* Prosentandel av leverandører hvor det er kartlagt mangler (prosent av antall i 'A')

Prosentfordeling på etiske krav i 2018	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Helse, miljø og sikkerhet	100 %

Prosentfordeling på geografisk område i 2018	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Asia	100 %

### C) Gi utfyllende informasjon om hva de viktigste forbedringstiltakene består i:

Generelt arbeidsmiljø for arbeiderne: Kantineforhold, varme i produksjonslokale og litt bedre orden.

### Q4.4 Beskriv tiltak bedriften har gjennomført for å bidra til at arbeidere mottar en anstendig lønn som dekker basisbehovene til arbeiderne og deres familier, så som:

Kartlegging av arbeidernes lønn og sammenstilling med standarder for anstendig lønn: Våre faste kontrollspørsmål under bedriftsbesøk inkluderer dette. Vi snakker direkte med arbeiderne på Mandarin uten ledelsen til stede og får dermed relativt ærlige svar på dette. Ledelsen må også oppgi dette i egenmeldingsskjema. Flere bedrifter har også lønnsbetingelsene nedskrevet på plakater som henger i fabrikkene og dette kan vi kontrollere når vi spør arbeiderne.

Tiltak for å redusere gap mellom faktisk lønn og lønn som dekker basisbehovene: Situasjonen slik vi oppfatter den i Kina nå igjennom våre besøk og samtaler med bedriftene er at de "er tvunget" (og det er bra) til å betale en anstendig lønn for at arbeiderne skal gjøre en god innsats og for at



---

de ikke skal ta seg jobb på andre fabrikker. Dermed er minstelønn mindre vanlig å se - det er stort sett lønn som er på "levenivå". Dette er imidlertid mest tydelig langs kysten, lengre inn i landet er det fortsatt noe lavere lønninger, men der er også levekostnadene noe lavere.

Eventuelle andre tiltak:

Q4.5 Angi tiltak bedriften har gjennomført i rapporteringsåret for å støtte opp om retten til fagorganisering og kollektive forhandlinger. Beskriv tiltakene med tanke på:

Konkrete tiltak:

vi har ikke gjort noen spesifikke tiltak på dette mot produsentene våre.

Antall og type leverandører som omfattes:

Land eller geografisk område:

#### Indikator 4-2: Forbedringstiltak som gjelder miljø

A) Rapportert antall og prosent av eksisterende leverandører hvor det har blitt identifisert mangler relatert til krav knyttet til miljø.

Identifiserte mangler relatert til miljø	Antall	Prosentandel
Leverandører hvor det i rapporteringsåret er kartlagt mangler relatert til kravene på miljø	1	

B) Rapportert prosentandel av leverandørene med kartlagte mangler (oppgitt i A) hvor:

Det ble stilt krav til forbedringer

Forbedringstiltak ble gjennomført

Kontrakter ble avsluttet (f.eks. ved manglende forbedringsvilje)

Vis også hvordan forbedringstiltakene fordeles på henholdsvis miljøtema og geografisk område.

Forbedringstiltak tilknyttet miljø	2018	2017	2016
Prosentandel hvor det ble avtalt eller stilt krav til forbedringer*	100 %	100 %	100 %
Prosentandel hvor forbedringstiltak ble gjennomført*	100 %	0 %	100 %
Prosentandel hvor kontrakter ble avsluttet*	0 %	100 %	0 %

\* Prosentandel av leverandører hvor det er kartlagt mangler (prosent av antall i 'A')

Prosentfordeling på miljøtema i 2018	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Materialbruk	100 %

Prosentfordeling på geografisk område i 2018	Forbedringstiltak gjennomført (%)
Asia	100 %

C) Gi utfyllende informasjon hva de viktigste forbedringstiltakene består i:

Redusere unødvendig bruk av plast.

Q4.6: Beskriv tiltak som bedriften har gjennomført i rapporteringsåret for å motvirke korrupsjon i leverandørkjeden. Inkluder:

Krav til endring av leverandørers praksis og opphør av kontrakter:  
vi har ikke aktivt gjort noe knyttet til våre leverandører eller mot deres underleverandører.

Tiltak for å forbedre organisasjonens anti-korrupsjonsprogram:  
Vi har et internt regelverk for å hindre korrupsjon. Vi skal ikke benytte korrupsjons-tiltak ovenfor våre produsenter for å oppnå fordeler i tid, pris eller kvalitet.  
Vi har et eget regelverk internt i forhold til hva de ansatte hos oss kan motta av gaver m.m. fra våre leverandører for å sikre at våre innkjøp skjer fra de økonomisk- og etisk beste leverandørene.

## Bruk av sertifisering

Q4.7 Beskriv bedriftens policy på hvorvidt sertifisering benyttes som metode for å oppnå forbedringer i leverandørkjeden:

Ved valg av nye leverandører i Kina er sertifisering et av de momentene vi ser etter og som vurderes som viktig. En sertifisert bedrift er enklere å benytte ved valg av ny leverandør. Vi benytter ofte produsenter som er sertifisert for levering av produkter til USA eller Europa.

Ved valg av nye leverandører vil leverandører med ISO9001, BSCI(Business Social Compliance Initiative)-sertifisering bli prioritert fremfor andre typer sertifiseringer.

På produktsiden så er bruk av sertifiseringer et samarbeid med kundene. Vår oppgave er å informere, foreslå og anbefale produkter hvor sertifiserte materialer er benyttet og/eller hvor selve produksjonen er sertifisert. Valget gjøres av kundene og det er et mål at flere av våre kunder skal velge sertifiserte produkter selv om det år i dag fortsatt er litt høyere i pris enn andre alternativer. Vi leverer imidlertid aldri produkter som ikke tilfredsstillere våre krav til miljø og etikk.

Indikator 4-3: Andel av innkjøpte materialer, produkter og/eller tjenester som er gjenstand for økonomisk, sosial eller miljømessig sertifisering.

Oppgi andel av innkjøpte materialer, produkter og tjenester som er gjenstand for sosial eller miljømessig sertifisering for hver kategori som det er relevant for bedriften å rapportere på:

Kategori materiale / produkt / tjeneste	2018 % sertifisert	2017 % sertifisert	2016 % sertifisert
Tekstiler	5 %		

Vis fordelingen per sertifiseringsstandard for rapporteringsåret:

Kategori materiale / produkt / tjeneste (i 2018)	Sertifiseringsstandard	% sertifisert
Handlenett	GOTS	

Kategori materiale / produkt / tjeneste (i 2018)	Sertifiseringsstandard	% sertifisert

## Forbedringsprosjekter og -tiltak

Q4.8 Beskriv forbedringsprosjekter og -tiltak som er iverksatt i rapporteringsåret for å bidra til etterlevelse av retningslinjene

Prosjektnavn:	
Hensikt:	
Hovedaktiviteter:	
Land:	
Partnere:	
Startdato og forventet sluttdato:	
Læringspunkter og utfordringer:	
Etiske krav som omhandles:	

## Vurdering av effekten av forbedringstiltak

Q4.9 Beskriv hvordan bedriften vurderer effekten av tiltakene, utført i rapporteringsåret, for å oppnå forbedringer i bedriftens leverandørkjede. Vurder effekten opp mot risikobildet og kartlagte mangler:

Vi har ikke konkrete forbedringsprosjekter i rapporteringsåret.

Vi har imidlertid vårt løpende arbeid og oppfølging av leverandørene. I denne sammenheng vurderer vi kontinuerlig effekten av vår oppfølging på miljøtiltak lokalt og bruk av bærekraftige råvarer hos våre produsenter. Effekten av dette arbeidet sprer seg også til hjemlige forhold når vårt hovedfokus i 2018 var å redusere bruk av plastemballasje. Dette har vi bidratt i vesentlig grad med å redusere. Rutinene er på plass og arbeidet med dette er nå en del av vår hverdag.



# 5. KOMMUNISERE

Bevisstgjøring, dialog og oppslutning



Foto: Shutterstock

### Intern og ekstern kommunikasjon om etisk handel

Q5.1 Beskriv hvordan bedriften kommuniserer 'internt' om arbeidet med etisk handel: Alle ansatte er kurset og satt inn i hva etisk handel er og og vet hvilke retningslinjer og krav vi stiller ved valg av leverandører. Vi har opprettet en komplett leverandøroversikt over leverandører vi har god kontroll på, og dette er et viktig verktøy i det daglige.

Q5.2 Beskriv hvordan bedriften kommuniserer 'eksternt' om arbeidet med etisk handel:

Vi kommuniserer bredt til alle våre kunder og potensielle kunder om vårt arbeid med etisk handel.

Vi kommuniserer med alle våre leverandører at etisk handel er en nødvendig forutsetning for å levere til oss. IEH rapporten publiseres også på våre nettsider.

Q5.3 Oppgi hvilke temaer bedriften har kommunisert om med interessenter (stakeholders) i rapporteringsåret vedrørende arbeidet med etisk handel. Vis:

Hvilke interessentgrupper som var involvert  
Om det gjaldt dialog om påvirkning av bedriftens aktiviteter i leverandørkjeden.  
Om det gjaldt kommunikasjon av bedriftens resultater av arbeidet med etisk handel

Tema	Interessenter	Om påvirkning av bedriftens arbeid	Om resultatene av bedriftens arbeid
Bærekraft i produksjon	Leverandører	Ja	Nei
Lønn og arbeidstider	Arbeidere hos produsentene	Ja	Nei
Bærekraft i produksjon og i materialvalg	Kunder	Ja	Ja
Kontroll av leverandører - sertifiseringer og tester	Kunder - offentlige	Ja	

Q5.4 Har bedriften publisert åpne lister over sine leverandører eller gjør bedriften denne informasjonen tilgjengelig på annen måte til interessenter?

Ja

Hvis ja, beskriv nærmere:

Vi er åpne ovenfor alle våre kunder på hvem som har produsert varene vi har levert og vi åpner for direkte kontroll og besøk hos produsentene hvis våre kunder ønsker det.



Q5.5 Oppgi nøyaktig webadresse hvor bedriften publiserer informasjon og/eller rapporterer om arbeidet med etisk handel:

<http://www.artisti.no/profilartikler/etisk-handel/>

## Klageordninger

Q5.6 Beskriv bedriftens håndtering av klager og varsling om risikoforhold i leverandørkjeden fordelt på:

Kartlegging av klager til etablerte ordninger, så som leverandørens egne klagemekanismer, nasjonale tilsyn i produsentlandet og internasjonale klagemekanismer (eks. OECDs kontaktpunkt):

Vi har ikke en systematisk kartlegging av klagemuligheter hos våre produsenter, men vi har under våre fabrikkbesøk hatt samtaler med ansatte og sett på hvilke muligheter de har for å ta opp problemer/utfordringer med sine ledere. Det finnes til en viss grad et system for dette på fabrikkene.

Egne ordninger for å motta og behandle klager fra interne og eksterne interessenter:

Vi har ikke mottatt klager fra interne eller eksterne interessenter knyttet til etisk handel i rapporteringsåret, men vi har et system på at disse skal håndteres av daglig leder.

### Indikator 5-1: Antall klager til etablerte klageordninger

Oppgi antall klager som er mottatt fra etablerte klageordninger i relasjon til arbeidsforhold, menneskerettigheter, miljø og korrupsjon:

Mottatte klager fra etablerte klageordninger	2018	2017	2016
Antall mottatte klager	0	0	0

Fordel klagene på tema og beskriv tiltak som er gjort for å følge opp:

Tema for klager mottatt i 2018	Antall	Tiltak for å følge opp

---

## Styrke oppslutningen om etisk handel og erfaringsdeling

Q5.7 Har bedriften i rapporteringsåret gjort tiltak for å styrke oppslutningen om arbeidet med etisk handel eller delt erfaringer?

Nei

Hvis ja, beskriv tiltak for å styrke oppslutningen relatert til aktuelle målgrupper som:

- Leverandører
- Nettverk og sammenslutninger
- Myndigheter/offentlige instanser
- Andre

Type tiltak	Antall	Hvem omfattes av tiltaket	Beskrivelse



Kontakt:

Artisti Profil AS

Tor Akersveen

ta@artisti.no

95072480