

# || HÅLLBARHETS- RAPPORT

Om den här rapporten	28
VD kommentar	29
Vår hållbarhetsvision	30
LEAD.CHANGE - vår hållbarhetsstrategi	35
Fokusområden	
PLANET	40
PEOPLE	50
BUSINESS	62
Hållbarhetsrisker	64
Samarbeten	66
Revisorns yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten	68



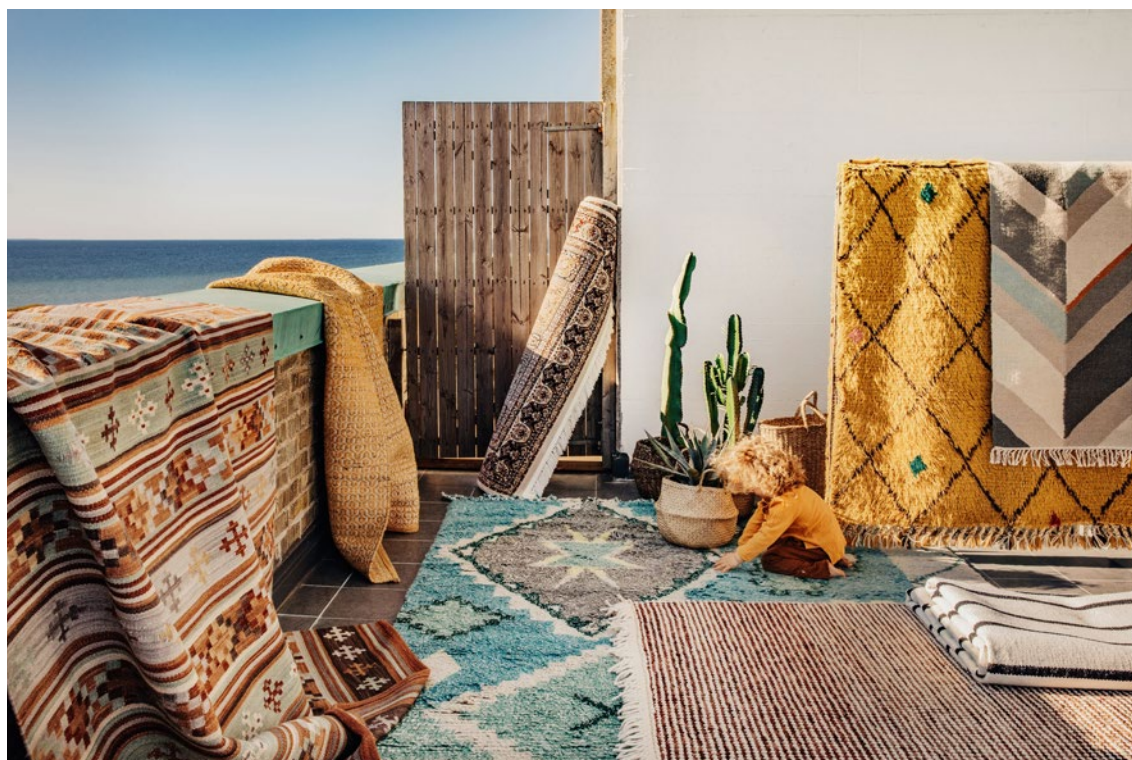
## OM DEN HÄR RAPPORTEN

**SYFTET MED DENNA HÅLLBARHETSRAPPORT** är att kommunicera RugVistas kort- och långsiktiga hållbarhetsmål, hållbarhetsåtgärder och måloppfyllelse till alla intressenter. Den presenterar frågeställningar som avspeglar RugVistas betydande ekonomiska, miljömässiga och sociala inverkan.

Vi har utarbetat denna rapport i enlighet med årsredovisningslagens sjätte kapitel och i enlighet med GRI-standarderna: Core Option.

*GRI-index publiceras på vår hemsida [rugvistagroup.com](https://www.rugvistagroup.com). Detta är vår andra hållbarhetsredovisning som utarbetats i enlighet med GRI:s riktlinjer.*

Vi använder FN:s globala mål för hållbar utveckling som riktmärken. Klimatdata rapporteras i enlighet med GHG-protokollet (Greenhouse Gas Protocol). Denna rapport utges årligen och vår senaste hållbarhetsrapport presenterades i april 2021.



## VD KOMMENTAR

### KÄRA LÄSARE,

2021 var ett enastående år för RugVista Group. Vi nådde finansiella rekordresultat, attraherade nästan 200 000 nya kunder, tog emot nära 40 miljoner besök till våra webshoppar, lanserade ett nytt produktkoncept riktat mot en ny kundgrupp och tog andra betydande steg framåt i våra strategiska prioriteringar för att utveckla affären. Att vi under ett intensivt år präglad av utmaningar från covid-19-pandemin, också lyckades behålla fokus på hållbarhetsperspektivet och nå betydande resultat och framgångar i vårt hållbarhetsarbete gör mig särskilt stolt och glad.

Att ta ansvar och verka för en mer hållbar framtid, både från ett socialt och miljömässigt perspektiv, är något vi på RugVista anser är extremt viktigt. Vi tycker även att vi, som en av de ledande aktörerna inom den europeiska mattbranschen, behöver ta ett extra stort ansvar för att leda hela industrin mot en mer hållbar framtid. Vi har därför tydliggjort denna uppfattning och interna prioritering genom att definiera en mycket ambitiös hållbarhetsvision och utvecklat en detaljerad långsiktig hållbarhetsstrategi - LEAD.CHANGE.

LEAD.CHANGE är baserad på ett ramverk med tre huvudsakliga fokusområden, *planet*, *people* och *business* samt fem så kallade förändringskrafter genom vilka vi verkar för att nå våra hållbarhetsmål. Ramverket och strategin har visat sig användbar i vårt arbete och i årets rapport beskriver vi hur våra

nyckelvärden har utvecklats samt vilka resultat vi har uppnått i specifika projekt.

För att nämna ett par utmärkande prestationer så är jag särskilt stolt över att vi, tillsammans med våra samarbetspartners och trots de utmaningar som pandemin förde med sig, lyckades utföra 350 revisioner av våra producenter under 2021 vilket också är ett rekordantal. Ytterligare en höjdpunkt är att vi under året fick våra klimatmål formellt godkända av *Science Based Targets initiative* (SBTi). Målen omfattar en halvering av koldioxidutsläppen från vår egen verksamhet från 2019 till 2030. Genom SBTi åtagandet vill vi ytterligare bekräfta vårt engagemang samt öka transparensen och trovärdigheten i våra ambitioner. Under året välkomnade vi även 36 nya kollegor till bolaget vilket är otroligt kul och också ett bevis på att arbetet med vår organisationsvision ger resultat. Alla inom RugVista familjen har bidragit till att göra 2021 till vårt mest framgångsrika och händelserika år någonsin.

Jag vill avslutningsvis än en gång betona hur dedikerade vi är att uppnå vår hållbarhetsvision, våra hållbarhetsmål och vår organisationsvision. Årets hållbarhetsrapport innehåller en gedigen redogörelse av vårt hållbarhets- och organisationsarbete, aktiviteterna och projekt vi har utfört eller planerar att utföra samt status på de nyckeltal vi mäter.

Med vänliga hälsningar,

**MICHAEL LINDSKOG**

VD RugVista Group AB (publ)

## VÅR HÅLLBARHETSVISION

**VÅR HÅLLBARHETSVISION ÄR** att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid. Denna vision är inte bara nödvändig ur ett miljö- och samhällsperspektiv, utan också affärsmässigt sund. Förståelse för nya hållbarhetsteman och hur de påverkar verksamheten är fortsatt viktiga faktorer för att utveckla RugVista som ledare inom hållbarhet i den europeiska mattbranschen. Genom att utnyttja vår ställning som en av de ledande aktörerna arbetar vi för att genomföra systemförändringar i vårt eget bolag, i vår värdekedja och inom branschen. Under de kommande åren ska vi fortsätta att utveckla ett systematiskt tillvägagångssätt för att identifiera hållbarhetsteman och underliggande utmaningar, liksom att hållbarhet blir fullt ut integrerat i vår verksamhet.

LEAD.CHANGE är namnet på vår hållbarhetsstrategi som ska göra det möjligt för oss att förverkliga våra 2030-hållbarhetsmål och vår vision. LEAD.CHANGE kommer att vara ledstjärnan för vår transformation och prägla vårt sätt att se på och arbeta med hållbarhet. På så sätt blir hållbarhet en integrerad del av vårt strategiska tänkande och våra dagliga affärsbeslut, så att vi med säkerhet förverkligar våra hållbarhetsmål och vår vision.

### HÅLLBARHETSSTYRNING

En förutsättning för ett framgångsrikt hållbarhetsarbete är att en tydlig ansvarsfördelning är integrerad i bolagets strategi och verksamhetsstyrning. RugVistas styrelse har det övergripande ansvaret för företagets hållbarhetsarbete och har godkänt RugVistas hållbarhetsstrategi. VD har det operativa ansvaret och RugVistas Chief Organisation & Sustainability Officer (COSO) ansvarar för genomförandet av bolagets strategi och uppföljningsprocesser. COSO ingår i ledningsgruppen och rapporterar direkt till VD och lämnar en årlig resultatrapport till styrelsen.

För att nå våra mål är det viktigt att hållbarhet spelar en aktiv roll för varje enskild medarbetare inom

organisationen. De olika aktiviteterna genomförs av företagets funktionella arbetsgrupper i samarbete med hållbarhetsavdelningen. Varje medarbetare ansvarar för att bidra till RugVistas hållbarhetsarbete inom sitt respektive ansvarsområde, och medlemmarna i ledningsgruppen ansvarar för sina respektive hållbarhetsmål och säkerställer deras uppföljning och efterlevnad.

Hållbarhetsarbetet styrs av vår hållbarhetsvision, hållbarhetsstrategi, uppförandekod för medarbetare, uppförandekod för leverantörer, gemensamma policyer, mätbara mål och handlingsplaner.

RugVistas uppförandekod för medarbetare beskriver tydliga förväntningar på hur verksamheten ska bedrivas. Den innehåller tydliga krav som medarbetarna ska följa för att säkerställa att verksamheten bedrivs med transparens och en stark känsla av integritet. Uppförandekoden återspeglar engagemanget för FN:s tio Global Compact-principer och FN:s riktlinjer för företag och mänskliga rättigheter. Medarbetare och uppdragstagare som arbetar under ledning av RugVista måste följa den och bekräfta att de har läst, förstått och avser att följa koden.

Som en del av företagets ansvarsfulla inköp strävar RugVista efter att hela tiden höja de sociala, etiska, miljömässiga och människorättsrelaterade krav och förväntningar som gäller för vår leverantörskedja. Uppförandekoden för leverantörer anger de krav och förväntningar som alla leverantörer måste uppfylla när de gör affärer med RugVista. Koden ingår i leverantörsavtalet och täcker in områden som mänskliga rättigheter, korrupsionsbekämpning, miljökrav, arbetsförhållanden samt hälsa och säkerhet på arbetet. Koden bygger på FN:s tio Global Compact-principer, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter samt OECD:s riktlinjer för multinationella företag.

RugVistas hållbarhetsarbete bygger på 7 av FN:s 17 globala mål för hållbar tillväxt. Vi har identifierat mål med stor direkt eller indirekt inverkan och som kan påverka utvecklingen framåt i hela värdekedjan.

## REFLEKTIONER FRÅN HÅLLBARHETSTEAMET

Vi tror på att leva efter våra värderingar och målsättningar - vi tror att de kan öka uthålligheten i vår egen verksamhet och bidra till en hållbar framtid. Grunden för vårt arbete är vår långsiktiga hållbarhetsstrategi "LEAD. CHANGE" som är centrerad kring tre fokusområden för kontinuerliga förbättringar:

**PLANET:** att utveckla en cirkulär affärsmodell och minimera vår verksamhets miljöpåverkan genom en meningsfull omvandling av verksamheten.

**PEOPLE:** att stärka vår leverantörskedja genom att hjälpa våra affärspartners att arbeta mer hållbart samt att utveckla en arbetsmiljö där alla våra medarbetare känner sig inkluderade, uppskattade och får stöd för att uppnå sin fulla potential.

**BUSINESS:** att upprätthålla en god styrning och ansvarsfull affärspraxis.

Dessa fokusområden återspeglar de mest väsentliga aspekterna av vår

verksamhet och våra intressenters förväntningar och kommer att lägga grunden för vårt hållbarhetsarbete under åtskilliga år framöver. Vi strävar efter en transparent resa där vi delar med oss och lär oss av andra som står inför liknande utmaningar och möjligheter. Vi är stolta över vad vi hittills har uppnått, och när vi nu höjer ribban vill vi fortsätta att utmana branschen och inspirera andra att följa efter.

Vi vill tacka vårt team, kollegor, affärspartners, aktieägare och andra intressenter för det stöd som de visat för RugVistas hållbarhetsinitiativ, inte minst under en tid präglad av plötsliga utmaningar till följd av covid-19. Vi arbetar tillsammans för att leda förändringen mot en bättre och mer hållbar morgondag.

Dialogen med våra kunder, ägare och andra intressenter kring vårt hållbarhetsarbete ger oss värdefulla insikter till vår fortsatta utveckling så kontakta oss gärna för att ställa frågor eller ge input.



**PATRICIA RAJKOVIC WIDGREN**

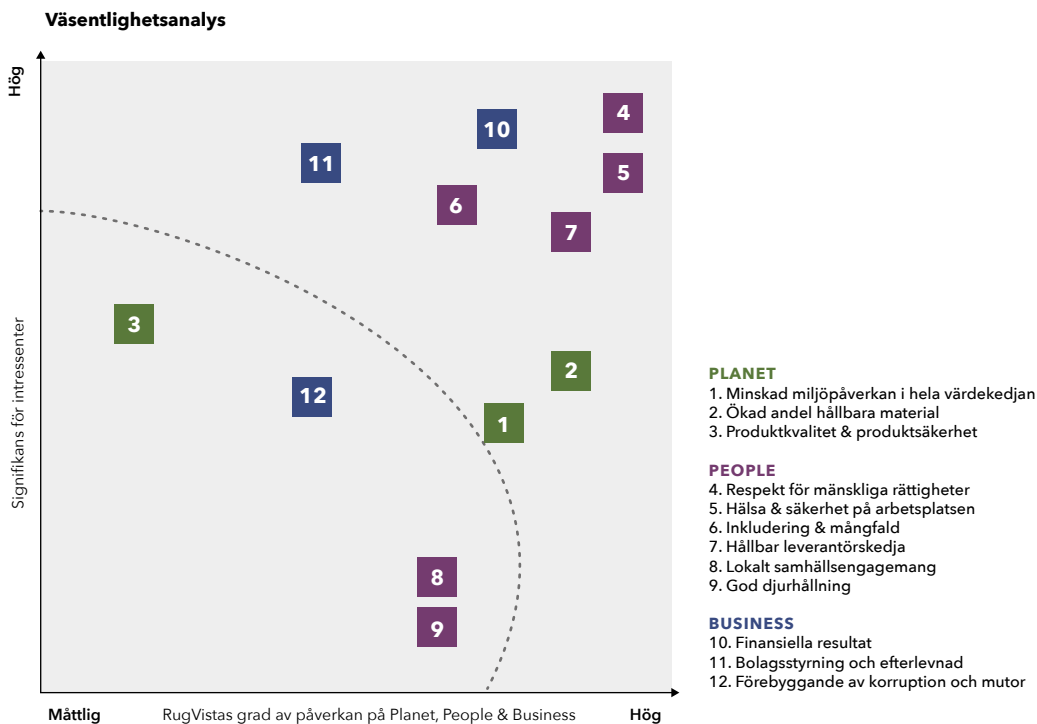
*Chief Organization & Sustainability Officer*

**BEATRICE PERLMAN EWERT**

*Sustainability Manager*

TABELL FÖR HÅLLBARHETSSTYRNING

GLOBALA MÅL	ÄMNET	HANTERING/POLICYS	MÅL	2021 ÅRS AKTIVITETER	UPPFÖLJNING	ANSVAR
	Ekonomiskt resultat.	Interna finansiella mål.	Att säkerställa en ekonomiskt hållbar verksamhet över tid och att verksamheten uppfyller och förväntningar från ägare, styrelse och ledning.	OKR (Objectives & Key Results) och prognoser.	Månatliga redogörelser till ägare och styrelse.	CEO, CFO.
 	Ökad andel av återvunnet/hållbart material.	LEAD.CHANGE-strategin.	Att säkerställa att de valda materialen faktiskt bidrar till vårt mål att öka andelen återvunnet, återanvänt eller naturligt material till 80% fram till 2030.	Börja sälja tryckta mattor av 80% återvunnen bomull.	Kvartalsvis analys av material i lager.	CDPO.
   	Minskad miljöpåverkan.	LEAD.CHANGE-strategin, uppförandekod för leverantörer.	Arbete för att minska lastbilstransporterna. Att uppmontra leverantörer att använda energi från förnybara källor, exempelvis solpaneler.	Revisioner genom Amfori BSCI och Label STEP och löpande kommunikation med leverantörerna där vi strävar efter att premiera bra miljöinitiativ. Minskning av affärsresor. Regelbundna diskussioner med medarbetare om miljöpåverkan och hur vi kan minska vår egen påverkan.	Årlig granskning av energiförbrukningen. Orsaken till eventuella ökningar av lastbilstransporterna måste förklaras. Ökad energianvändning måste förklaras och korrigeringsåtgärder vidtas så snart som möjligt. Om vi upptäcker att någon affärspartner systematiskt inte uppfyller våra miljökrav kommer samarbetet med leverantören/speditören i fråga att avbrytas.	COSO, CDPO, COO.
 	Produktsäkerhet.	Leverantörsavtal, förteckning över kemikalierestriktioner.	Säkerställa att produkter är säkra att använda och uppfyller kundernas förväntningar och lagstadgade krav.		Om otillåtna kemikalier/innehåll upptäcks kommer produkterna att stoppas och förstöras om inget annat alternativ är möjligt.	CDPO, COSO, L&C.
 	Goda arbetsförhållanden och arbetshälsa och säkerhet (egen verksamhet och leverantörskedja).	Uppförandekod för leverantörer. Kollektivavtal, systematiskt arbetsmiljöarbete.	God hälsa och stämning i personalen bidrar till ett lönsamt företag, gynnar samhället och är viktig för den personliga utvecklingen.	Förebyggande insatser för hälsa och säkerhet – på lagren och huvudkontoret. Erbjudande om företagshälsövård, massage och friskvårdsbidrag. Säkerhetsutbildning och skyddsronder.	Regelbundna tredjepartsrevisioner. Rapportering av olyckor och tillbud. Uppföljningssamtal med medarbetare.	COSO, arbetsmiljöchefer.
  	Säkerställande av mänskliga rättigheter genom hela värdekedjan.	Uppförandekod för leverantörer.	Syftet är att eftersträva en säker och trygg arbetsmiljö och att leverantörerna ska respektera mänskliga rättigheter.	Revisioner genom amfori BSCI och Label STEP. Löpande kommunikation med leverantörerna.	Revisioner genom Amfori BSCI och Label STEP och löpande kommunikation med leverantörerna. Utbildning genom amfori BSCI:s utbildningssystem.	COSO, CDPO.
 	God affärsetik.	Uppförandekoder för RugVistas leverantörer och medarbetare, leverantörsavtal, personalpolicy och bolagets värderingar.	Målet är en god regelefterlevnad och att på bästa sätt förhindra korruption och bedrägeri.	Utbildning i korruptionsbekämpning.	Internutbildning, implementering av bolagets värderingar.	CEO, L&C, CFO, COSO.
 	En sund och inkluderande företagskultur med icke-diskriminering, mångfald och jämställdhet.	Anställningsvillkor, uppförandekod för RugVista-anställda, personalpolicy och bolagets värderingar.	Vi strävar efter att vara regionens bästa och mest attraktiva arbetsgivare.	Utvecklingsgenomgångar, månatliga medarbetarenkäter, regelbunden kommunikation mellan chefer och teammedlemmar.	Lönerevisioner, utvecklingsgenomgångar, månatliga medarbetarenkäter, handlingsplaner baserade på resultat av medarbetarenkätarnas resultat.	Ledningsgrupp.
 	Kompetensutveckling och karriärmöjligheter för medarbetarna.	RugVista People, utvärderings- och utvecklingsprocess.	Vi strävar efter att locka till oss den kommande generationens stjärnor. Detta arbete är en del av vårt värdeerbjudande som arbetsgivare och syftar till att säkerställa att vi har rätt kompetens för att uppnå våra strategiska mål.	Utvecklingsgenomgångar med en personlig utvecklingsplan.	Regelbunden handledning och uppföljning med chefen.	CEO, COSO.
 	Förebyggande av korruption och mutor.	Intern policy för korruptionsbekämpning, uppförandekod för RugVistas anställda och samt riktlinjer.	Alla relationer som RugVista är engagerade i ska kännetecknas av god affärsetik.	Allmän information om korruptionsbekämpning kommuniceras till nyckelmedarbetare.	RugVistas vissebläsarsystem.	CEO, L&C, CFO, COSO.



## INTRESSENTENGAGEMANG

Genom ett systematiskt hållbarhetsarbete skapar RugVista goda förutsättningar för ett hållbart och ökat mervärde till våra intressenter. Vi har en pågående dialog med de intressenter som påverkar eller påverkas av vår verksamhet. Dialogen syftar till att ge intressenterna en möjlighet att säga sin åsikt om vilka hållbarhetsfrågor som är viktigast för dem och om hur RugVista på olika sätt påverkar planet, människor och verksamhet.

Vi har identifierat våra viktigaste intressenter till att vara våra kunder, vårt team, potentiella medarbetare, våra leverantörer och deras anställda, våra ägare, myndigheter, föreningar och lokalsamhällen.

En insikt i de hållbarhetsfrågor som är viktigast för våra intressenter är avgörande för att kunna prioritera rätt aktiviteter och öka värdeskapandet. Under våren 2019 genomfördes en strukturerad intressentdialog med medarbetare, ägare, leverantörer och kunder med hjälp av bland annat enkäter och intervjuer. I januari 2021 kompletterades dialogen med ytterligare enkäter som besvarades av anställda, ledning och ägare. Våra leverantörers anställdas röst

beaktas genom regelbundna revisioner som utförs av ackrediterade tredjepartsrevisorer.

## VÄSENTLIGHETSANALYS

Vi visualiserar vår värdering *Focus on Impact* genom att prioritera de hållbarhetsfrågor som är viktigast för våra intressenter och för vår sociala och miljömässiga påverkan. Med våra intressentdialoger i beaktande har vi analyserat våra viktigaste hållbarhetsprioriteringar och de har införlivats i vår hållbarhetsstrategi och fungerar som kompass vid kartläggningen av framtida resultat.

Den primära analysen av viktiga hållbarhetsfrågor slutfördes 2019 och i januari 2021 gjorde vi en uppdatering för att säkerställa att vår prioritering av frågorna är fortsatt aktuell.

Vår väsentlighetsanalys mynnade ut i en lista över våra mest väsentliga frågor. Se även tabellen för hållbarhetsstyrning på sidan 32. Detta är dessa aspekter som ligger till grund för hållbarhetsredovisningen i enlighet med GRI (Global Reporting Initiatives).







# LEAD.CHANGE - VÅR HÅLLBARHETSSTRATEGI

**OM VI VILL** förverkliga vår hållbarhetsvision, och om vi vill engagera våra kunder, anställda och andra intressenter, måste vi vara en del av lösningen på hållbarhetsutmaningarna. Vi är dessutom fast beslutna att inte bara vara en del av hållbarhetslösningen, utan även att leda förändringen i vår bransch.

Vår ambition är att maximera värdeskapandet för våra olika intressenter och minimera vår värdekedjas negativa inverkan på människor och miljö.

År 2020 lanserade vi en ny hållbarhetsvision, "att leda mattbranschen mot en socialt och miljömässigt hållbar framtid". Vår hållbarhetsstrategi, LEAD.CHANGE, som fokuserar på tre områden:

*Planet, People* och *Business* hjälper oss att uppnå visionen. Hållbarhetsstrategin ligger till grund för våra 2030-hållbarhetsmål och syftar till att integrera hållbarhet i alla delar av vår verksamhet och i hela värdekedjan.

Vi har definierat fem förändringskrafter som behöver engageras för att vi ska kunna nå våra hållbarhetsmål:

- vårt team
- våra kunder
- våra affärspartners
- våra affärsmetoder
- vår kommunikation.

FOKUSOMRÅDE	FÖRÄNDRINGSKRAFTER	SYFTE
<p><b>PLANET</b></p> <p>Utveckla en cirkulär affärsmodell &amp; minska vår miljömässiga påverkan</p>	 <p><b>VÅRT TEAM</b></p>	<p>Driva hållbarhet i hela verksamheten</p>
<p><b>PEOPLE</b></p> <p>Främja inkludering &amp; socialt ansvar</p>	 <p><b>VÅRA KUNDER</b></p>	<p>Engagera och inspirera kunder att konsumera mer hållbart</p>
<p><b>BUSINESS</b></p> <p>Upprätthålla god förvaltning &amp; ansvarsfull affärspraxis</p>	 <p><b>VÅRA AFFÄRSPARTNERS</b></p>	<p>Stötta bolagets affärspartners i att utveckla hållbara affärsmetoder</p>
	 <p><b>VÅRA AFFÄRSMETODER</b></p>	<p>Upprätthålla en fungerande och effektiv styrning genom standarder, policyer och uppförandekod</p>
	 <p><b>VÅR KOMMUNIKATION</b></p>	<p>Vara transparenta om bolagets verksamhet, framsteg, ambitioner och utmaningar</p>

## HÅLLBARHETSMÅL

Vi har satt upp flera mål för en hållbar framtid och kommer ständigt att utmana oss själva genom att ständigt revidera dem och sätta nya mål, eller att revidera målen så att de blir ännu ambitiösare.

Det här är RugVistas främsta målsättningar inom våra tre fokusområden:

PLANET	PEOPLE	BUSINESS
<p><b>Till 2030 ska</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• vi öka andelen naturligt, återvunna eller återanvänt material till 80%</li> <li>• vi minska utsläppen av växthusgaser med 50% (basår 2019)</li> <li>• allt emballage vara framställt av cirkulärt eller annat hållbart material</li> </ul>	<p><b>Till 2025 ska</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% av våra leverantörer ingå i RugVistas system för sociala revisioner</li> <li>• RugVistas employee Net Promotor Score nå upp till 60</li> </ul>	<p><b>Till 2025</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ska 100% av alla tier 2 underleverantörer vara kartlagda</li> </ul>

## FN:S GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBAR UTVECKLING

Våra hållbarhetsmål har en tydlig förankring i FN:s globala mål för hållbar utveckling, Agenda 2030. De globala utvecklingsmålen består av 17 globala mål, som antagits av FN:s generalförsamling och sedan godkänts av FN:s samtliga medlemsstater 2015, med syftet att åstadkomma en bättre och mer hållbar framtid för alla senast 2030. Målen för hållbar utveckling omfattar ett brett spektrum av sociala och ekonomiska utvecklingsproblem. Dessa är bland annat fattigdom, svält, hälsa, utbildning, klimatförändringar, jämställdhet, vatten, sanitet, energi, urbanisering, miljö och social rättvisa.

RugVista fokuserar på sju mål, där vi bedömer att vi har störst möjlighet att bidra och göra skillnad.



### MÅL NUMMER 5: JÄMSTÄLLDHET

RugVista åtar sig att ge lika möjligheter till varje kvinna och man som är anställd i företaget. Vi anser att detta är en fråga om social rättvisa, vilket är en förutsättning för en hållbar utveckling av marknadsekonomin. RugVista har åtagit sig att ha 40-60% kvinnor i ledningsgruppen, vilket vi nådde under 2020 och bibehåller under 2021. Vi fortsätter att bygga ett mångfaldigt och inkluderande bolag som välkomnar och uppmuntrar extraordinära individer oavsett kön och kulturell bakgrund.





### MÅL NUMMER 6: RENT VATTEN OCH SANITET FÖR ALLA

RugVista åtar sig att skydda vattnet, en viktig och alltmer otillräcklig resurs, genom att arbeta tillsammans med våra leverantörer för att stärka vattencykeln på lokal nivå och införa hållbara metoder i hela vår värdekedja. Hållbar vattenanvändning är ett av RugVistas fokusområden, oavsett om det gäller direkt användning i våra anläggningar eller inom leverantörskedjan.



### MÅL NUMMER 13: BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGARNA

Det är vårt ansvar att bidra till att klimatförändringarna bekämpas liksom att bidra till en ekonomi som inte är beroende av fossila bränslen. RugVista har åtagit sig att bli ett klimatneutralt företag senast 2040, vilket vi kan uppnå endast i samarbete med leverantörer, kunder och lokalsamhällen. Under 2021 har vi förbundet oss till initiativet *Science Based Targets*, vilket säkerställer att våra CO<sub>2</sub>-mål ligger i linje med vetenskapen. För att nå vårt mål är det första steget att förbättra vår verksamhet och vår energiintensitet och, i ett senare steg, att byta ut den återstående energiförbrukningen mot energi från förnybara källor.



### MÅL NUMMER 8: ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Vi ser våra medarbetare som vår viktigaste tillgång och det är viktigt att erbjuda konkurrenskraftiga och säkra arbetsförhållanden i hela organisationen. År 2015 anslöt sig RugVista till amfori BSCI och godkände deras uppförandekod som bygger på den Internationella arbetsorganisationens (ILO) konventioner och deklarationer, FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter samt principerna från organisationen för ekonomiskt samarbete och utveckling (OECD). Alla våra leverantörer har skrivit under och åtagit sig att följa kodens 11 grundläggande arbetsrelaterade rättigheter.



### MÅL NUMMER 16: FREDLIGA OCH INKLUDERANDE SAMHÄLLEN

Ansvarsfulla affärsmetoder är avgörande för att uppnå RugVistas vision och en förutsättning för en framgångsrik verksamhet, en hållbar och lönsam tillväxt och välmående samhällen. För att uppnå detta har RugVista infört policyer och rutiner för alla anställda och affärspartners, däribland en uppförandekod för medarbetare, en uppförandekod för leverantörer och en personuppgiftspolicy. Det hjälper oss med att införa en efterlevnadskultur och minska de tillhörande riskerna.



### MÅL NUMMER 12: HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Vi vill inspirera kunderna till hållbara val genom att ta fram mattor och erbjuda kollektioner av mattor som är gjorda av naturliga, hållbara material. Vi har som mål att leda förändringen i vår bransch, till att stegvis övergå till mer hållbara och cirkulära modeller i hela värdekedjan. En cirkulär affärsmodell är en förutsättning för att uppnå vårt långsiktiga mål om en klimatneutral verksamhet senast år 2040. Arbetet innefattar att utveckla nya material, nya sätt att framställa och använda material och produkter, och hur de sedan kan underhållas, lagas, återanvändas och återvinnas.



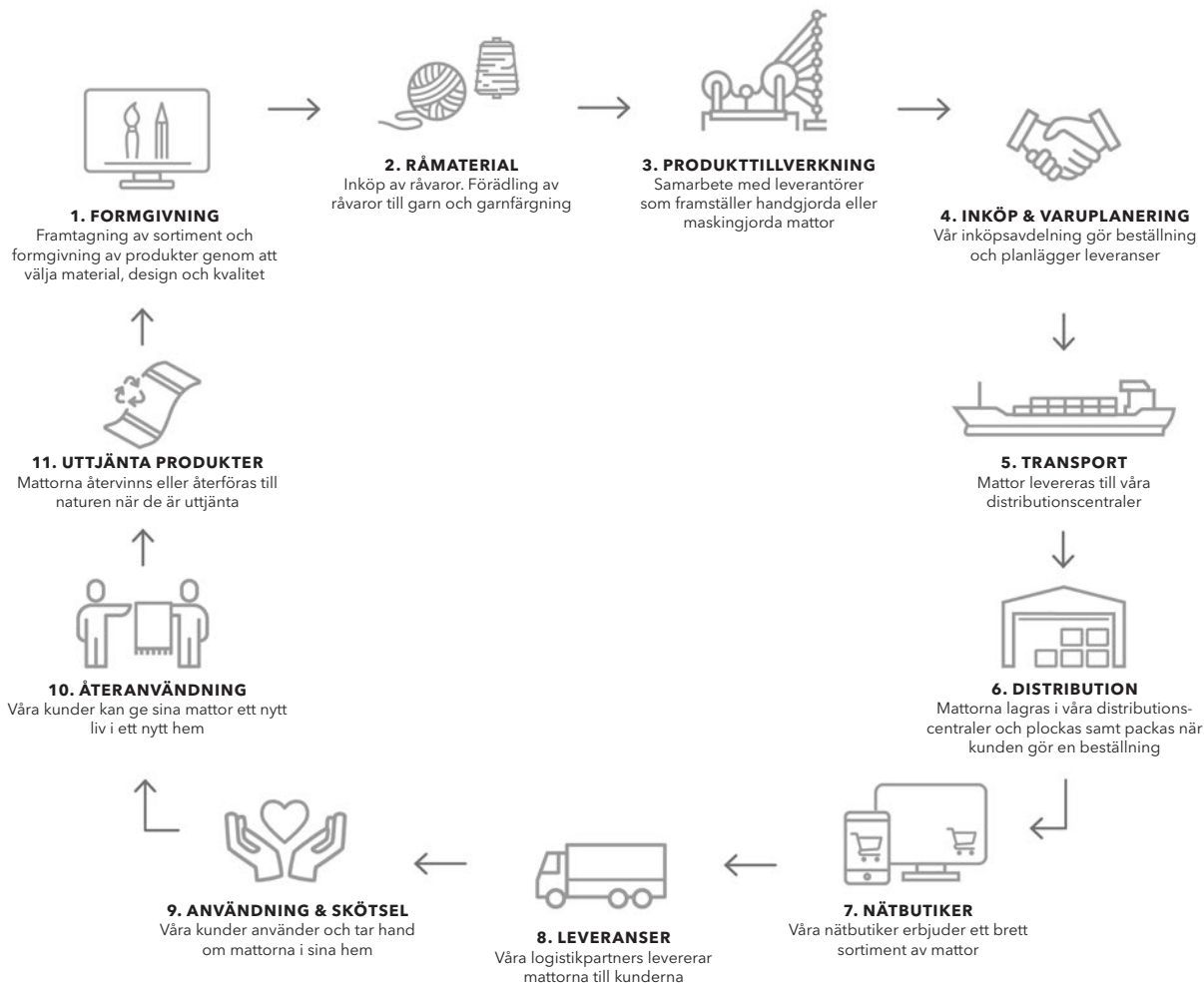
### MÅL NUMMER 17: GENOMFÖRANDE OCH GLOBALT PARTNERSKAP

För RugVista, som är ett relativt litet bolag, är det avgörande med samarbete och partnerskap över gränserna för att vi ska kunna förverkliga vår vision och våra mål och bidra till Agenda 2030. I vårt arbete med leverantörskedjan samarbetar vi med organisationer som amfori BSCI, Label STEP och Kemikaliegruppen för att säkerställa att leverantörerna utvecklas i riktning mot våra högt ställda normer. Läs mer under avsnittet samarbeten.

## VÅR VÄRDEKEDJA

Vår ambition på lång sikt är att bidra till en resurs-effektiv och ansvarstagande värdekedja. För att hantera verksamhetens positiva och negativa konsekvenser på ett effektivt sätt måste vi förstå var i värdekedjan som var och en av de väsentliga frågorna

faktiskt påverkar. Vårt ansvar sträcker sig bortom verksamhetens omedelbara inverkan och omfattar också indirekt påverkan genom affärsrelationerna till våra intressenter. Genom att beakta värdekedjan kan vi identifiera möjligheter och risker, förstå gränser, hur stor möjligheten är att påverka värdekedjans olika delar och hur värde skapas för intressenterna.



Vi har analyserat hur stor möjlighet RugVista har att påverka de olika delarna i värdekedjan. Vi har en direkt påverkan på följande delar i värdekedjan:

### 1. FORMGIVNING

Vårt utvecklingsarbete kommer att fokusera på att utforma produkter som ger hållbarhetsfördelar i materialval, produktion och kundanvändning.

### 4. INKÖP & VARUPLANERING

Vi kommer att fokusera på att minska negativ påverkan genom att utveckla hållbara inköpsprocesser samt planera för och upprätthålla ett hållbart produkterbjudande.

### 6. DISTRIBUTION

Vi har för avsikt att reducera distributionens miljöverkan genom optimerade förpackningar och transportval som bidrar till att göra vår distribution så effektiv som möjligt.

### 7. NÄTBUTIKER

Vi ska visa hur kunder kan göra hållbara val genom att lyfta fram information om produkternas hållbarhet, inkludera information om hur kunden kan ta hand om sin matta, och vad man kan göra när man inte längre vill behålla den. Därigenom bidrar vi till att främja ett mer hållbart beteende hos våra kunder.



**FOKUS: PRODUKTILLVERKNING**

RugVista erbjuder ett brett utbud av mattor, alltifrån maskintillverkade polyester mattor till handknutna ullmattor. De processer som ingår i produkttillverkningen varierar därför beroende på typen av matta.

Här följer en förenklad översikt över de olika steg i tillverkningen. Vi arbetar med att fördjupa vår förståelse för de miljömässiga och sociala konsekvenserna av respektive steg och att sätta upp motsvarande mål och planer som är nödvändiga:

**1. Råvara**

Det första steget i själva produktionen av mattan är inköp av råmaterial. Vi samarbetar med leverantörerna i valet av råmaterial och strävar efter ett ännu närmare samarbete för att kunna skynda på processen att göra hållbarare val. Mer information om de olika slags fibrer som används i våra mattor finns i avsnittet om material i kapitlet Planet.

**2. Garnförädling**

Garnförädlingen omfattar flera steg där råmaterialets fibrer omvandlas till garn som är lämpligt för mattor. Metoderna kan variera beroende på råmaterialets naturliga egenskaper såsom fibrernas längd. Spinning och tvinning är viktiga steg för att garnet ska få önskad kvalitet, ofta mätt i form av täthet.

**3. Färgning**

Olika färgningstekniker används, däribland råmaterialfärgning, konfärgning, hängfärgning och intervallfärgning. Färgvalet påverkas av faktorer kvantitet, mönster och pris. De färger som används är antingen naturliga eller konstgjorda. Alla måste uppfylla bestämmelserna i vårt kemikalieavtal, som leverantörerna har undertecknat. Dessutom utförs stickprov för att säkerställa efterlevnaden. Vattenanvändningen och avloppshanteringen är också viktiga fokusområden under färgningssteget.

**4. Vävning**

Mattorna kan vara antingen maskintillverkade eller handgjorda, vilket ger ett brett urval av stilar och kvaliteter men också olika miljömässiga och sociala effekter beroende på metod.

Maskintillverkade mattor görs huvudsakligen i Turkiet, i stora mängder, i fabrik och relativt kort tid krävs för att producera en matta.

För handgjorda mattor finns flera metoder:

Slätvävda mattor skapas genom att sammanfläta varp och väft, vilket ger en relativt tunn matta utan lugg. Tekniken används till exempel i Kilim-mattor och används ofta i Indien, Afghanistan och Iran.

Våra handvävda mattor tillverkas främst i fabriker i Indien, med hjälp av en speciell vävstol som gör det möjligt att arbeta snabbare än vid traditionell handknytning. Denna teknik medger inga avancerade mönster. Beroende på mattans storlek kan flera vävare vara inblandade i tillverkningen av en matta.

Våra handtuftade mattor tillverkas ofta i Indien, med hjälp av en tuftpistol som trycker öglor av garn genom en bottenväv. Handtuftning är en teknik som gör det möjligt att skapa detaljerade mönster. Den används ofta till ullmattor med moderna mönster.

Handknytning är en metod som ofta används för unika mattor, såsom traditionella persiska mattor. Det tar tid och gör det möjligt att skapa intrikata mönster.

**5. Tvätt och efterbehandling**

Tvätt- och efterbehandlingsstegen skiljer sig åt beroende på vilken vävteknik som använts. För maskintillverkade mattor kan detta steg inkludera tillskärning och hopflätning av kanterna. Vissa typer av handgjorda mattor tvättas och torkas i solen medan andra kontrolleras direkt efter vävningen i obligatoriska kvalitetskontroller innan de är redo att skickas.

## LEAD.CHANGE FOKUSOMRÅDE PLANET

**PARALLELLT MED DE** kvarvarande globala utmaningarna i samband med covid-19, fortsätter klimatförändringarna att vara den mest akuta långsiktiga utmaning som planeten står inför. Sambandet mellan utarmningen av världens naturresurser, den globala uppvärmningen och den minskade biologiska mångfalden blir allt tydligare för varje dag. Vi välkomnar innerligt klimatöverenskommelsen från Glasgow och dess ansträngningar för att ytterligare mobilisera världen kring en begränsning av den globala uppvärmningen till 1,5 °C.

På RugVista fortsätter vi arbetet för att minska vår påverkan på planeten. Strävan efter en cirkulär affärsmodell samtidigt som vi utforskar andra sätt att minska vårt klimatavtryck är kontinuerligt pågående insatser. Under 2021 har vi anslutit oss till *Science Based Targets-initiativet* och gått över till förnybar el i våra egna anläggningar. Samtidigt stöder vi de framsteg som görs inom leverantörskedjan i och med att fler tillverkare går över till solpaneler och använder återvunnet material i produktionsprocessen.

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
Andelen naturligt, återvunnet eller återanvänt material av det totala kunderbudandet	80%	75%	70,5%	71,1%
% förändring av koldioxid (CO <sub>2</sub> )-utsläpp i <i>scope 1</i> jämfört med basåret 2019	-50%	-25%	-16%	-42%
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 2</i> jämfört med basåret 2019	-50%	-25%	-43%	-10%
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 3</i> jämfört med basåret 2019	-50%	-25%	16%	-29%
Emballage framställt av cirkulärt eller annat hållbart material	100%	100%	0%	0%



## MOT EN CIRKULÄR STRATEGI

Cirkulär ekonomi är ett systembaserat ramverk för att lösa globala utmaningar som klimatförändringar, förlust av biologisk mångfald, avfall och föroreningar. Vi måste tänka om kring hur vi utformar, tillverkar och använder de saker vi behöver. I stället för en linjär produktionsprocess bygger den cirkulära ekonomin på tre designdrivna principer: att eliminera avfall och föroreningar, cirkulera produkter och material och återskapa naturresurser, allt underbyggt av en övergång till förnybara energiformer och material.<sup>1</sup> Vi är medvetna om att denna förändring kommer att ta tid, men vet ändå att förändringen måste äga rum både för planetens och för verksamhetens långsiktiga överlevnad. På RugVista fokuserar vi på tre viktiga områden:

### ETT CIRKULÄRT FÖRHÅLLNINGSSÄTT TILL HUR VÅRA MATTOR TILLVERKAS OCH ANVÄNDS

En cirkulär modell optimerar resurserna och minimerar avfallet så att resurserna utnyttjas så länge som möjligt innan de återvinns eller omarbetas. Samtidigt kan man bibehålla den finansiella stabiliteten utan att vara beroende av ändliga resurser. Ambitionen att åstadkomma cirkularitet genom hela värdekedjan börjar inte bara med formgivningen av våra mattor, utan också genom att vi hedrar och främjar den långa hantverkstraditionen inom mattbranschen. Våra mattor är framtagna för att användas under många år, vissa material håller i flera generationer. Förutsatt att det efterlevs eller att mattorna återbrukas och får nytt liv i nya hem så blir livslängden en nyckel i vårt arbete i riktning mot cirkularitet.

Det är vårt ansvar att hitta nya material och nya sätt att använda material och framställa produkter, samt att stödja och underlätta underhåll, reparation, återanvändning, restaurering och återvinning av våra mattor.

### INSPIRERA KUNDERNA TILL LÅNGSIKTIGA VAL

Vi vill utbilda och hjälpa våra kunder att fatta väl-informerade köpbeslut som också tar hänsyn till mattans hållbarhet. Enbart hållbarhet kommer oftast inte vara den främsta drivkraften bakom ett köpbeslut. Vi är ändå fast övertygade om att vi kan påverka det kundens beslut genom att lyfta fram information om våra produkters hållbarhet, till exempel genom att informera om den positiva effekten av att välja en matta av återvunnet material eller äldre, restaurerade mattor. Genom att inkludera information om hur kunden kan ta hand om sin matta, och om vad man kan göra när man inte längre vill behålla den, och därigenom undvika att den hamnar på tippen, bidrar vi till att främja ett mer hållbart beteende hos våra kunder.

### PRODUKTEN FÅR UTÖKAD LIVSLÄNGD I ETT NYTT HEM

Genom att informera våra kunder om hur de kan utöka mattans livslängd, antingen i sitt eget eller i någon annans hem, inspirerar vi kunderna att göra mer hållbara val. Vi inser dock att vårt ansvar sträcker

sig utöver att informera. För att gå från inspiration till handling utforskar vi hur vi kan göra det lättare för kunderna att sälja de mattor som de inte längre vill ha. I detta ingår också nya sätt för kunderna att reparera, återanvända och återvinna produkterna med målet att förlänga livslängden och minimera avfallet.

Tyvärr har våra planer på att under 2021 testköra en egen tjänst för andrahandsförsäljning skjutits fram till agendan för 2022. Vi ser med spänning fram mot hur detta ska utveckla sig.

Här är ytterligare några exempel på hur vi just nu arbetar mot cirkularitet:

### GAMLA MATTOR RESTAURERAS OCH FÅR ETT NYTT LIV

Våra leverantörer köper upp vackra äldre ullmattor i Asien och Mellanöstern. Dessa kan på olika sätt restaureras för att få ett nytt liv hos våra kunder. Den första kategorin är äldre mattor som fortfarande är i gott skick. Restaureringen av de äldre mattorna kan ske på tre olika sätt:

- Äldre unika ullmattor tvättas för att få tillbaka sin lyster
- Våra Colored Vintage-mattor tvättas och färgas om
- På våra Patina-mattor rakas luggen och färgas sedan om

Den andra kategorin är fina handgjorda mattor som fått leva i generationer hos människor runt om i världen men där tiden börjar ta ut sin rätt. När mattorna börjar få slitna fläckar så tas de till vara på och köps upp av våra leverantörer som sedan använder bitar av mattorna för att låta skapa nya vackra unika *Patchwork*-mattor.

I slutet av 2021 bestod cirka 4% av vårt sortiment av restaurerade mattor som fått ett nytt liv.

### FÖRLÄNGD LIVSLÄNGD FÖR DEFEKTA MATTOR

Vi har sedan 2018 ett samarbete med GIAB, vars affärsidé bygger på återförsäljning av överblivna eller defekta produkter till konsumenter. Hit skickar vi mattor som är defekta eller som inte klarar våra högt ställda kvalitetskrav. På så sätt kommer mattorna till användning hos GIAB:s kunder i stället för att destrueras.

## EMBALLAGE

Alla mattor emballeras innan de skickas till kund för att skyddas mot skador. För oss är det viktigt att minska mängden emballage och dess påverkan på miljön. Därför har vi satt som mål att allt vårt emballage ska vara framställt av cirkulärt eller hållbart material senast 2025. I december 2020 inleddes ett nytt projekt med målet att ha provat och utvärderat tallojebaserad och återvunnen plast vid utgången av 2021. Dock har detta försök försenats på grund av utmaningar med vår nya förpackningsmaskin samt leveransproblem hos leverantören. Under första halvåret 2022 hoppas vi kunna börja använda förpackningar från återvunna

1. <https://ellenmacarthurfoundation.org/>

källor. Under 2021 tog vi ändå ett viktigt steg i att minska mängden förpackningar som används genom att minska plasttjockleken med 33% i våra egna anläggningar.

## MATERIAL

Valet av material är centralt för att minska miljöpåverkan. Vi vet att vi har ett stort ansvar, särskilt eftersom detta är ett område som kan själva styra över. Vi vill ständigt öka andelen återvunnet material vilket har den stora fördelen både av att avfallsmaterial slipper gå till tippen och att användningen av nya råvaror (och kemikalier, energi och vatten som går åt för att framställa dem) minskar. Med produkter som mattor, där det är vanligt med lång livslängd, är vår fokus på att också öka andelen naturmaterial. Dessa material har positiv inverkan på produkternas hållbarhet och minskar därmed användningen av nytt råmaterial över tid samtidigt som det är återvinningsbart och naturligt nedbrytningsbart. Vi utvärderar också alternativa material, som på olika sätt är mer hållbara, för våra mattor.

Det är komplicerat att förstå vilka de hållbaraste materialen är, bland annat med tanke på våra produkters livslängd i kombination med miljöpåverkan från råvaruprocessen. För att vi lättare ska kunna göra mer hållbara materialval planerar vi ta fram en guide för materialklassificering under 2022 med stöd från en fristående tredje part. Detta kommer att ge ytterligare vägledning till vår inköps- och designavdelning när de ska göra hållbara materialval och samtidigt hjälpa kunderna att göra mer hållbara val.

Vårt mål är att köpa in 80% återvunnet, återanvänt eller naturligt material till 2030. Under 2021 nådde vi 70,5%, vilket är en liten minskning från 71,1% år 2020. Största förklaringen till den marginella minskningen är den planerade ökningen av de totala lagervolymer. Även om de absoluta talen ökade för samtliga kategorier var ökningen relativt sett högre för de petroleumbaserade mattorna. Delar av vårt sortiment kommer från mer hållbara källor i form av

återanvända mattor, däribland *Vintage*, *Patchwork* och återfärgade mattor. För år 2021 har dessa mattor skilts ut från ullkategorin och tagits med i vår kategori för återvunna och återanvända mattor för att ge ytterligare detaljer om mixen i vårt sortiment. Vi kunde därför se en anmärkningsvärd förskjutning av dessa två kategorier mellan 2021 och 2020.

Dessa material används främst i våra mattor:

### NATURLIGA FIBER

#### Ull

Ett naturligt förnybart material, som också är bland de mer slitstarka materialen. En ullmatta kan ha en livslängd som sträcker sig över flera generationer vilket ger lägre miljöpåverkan än många andra material sett till hela livscykel. Ull är också biologiskt nedbrytbart och lätt att återvinna. Ullens materialegenskaper hjälper till att bevara mattans ursprungliga form och är också naturligt smutsavvisande vilket bidrar till att förlänga livslängden på dessa mattor.

#### Bomull

Bomull är en naturlig, förnybar och biologiskt nedbrytbar fiber. Den kommer från bomullsbusken som trivs i ett varmt klimat. För att växa behöver däremot bomullsbusken mycket sol och vatten och därför krävs ofta konstbevattning. Även vid färgning och beredning används stora mängder vatten. RugVista erbjuder ett brett urval av bomullsmattor, och bomull används även i varpen på våra mattor.

#### Jute

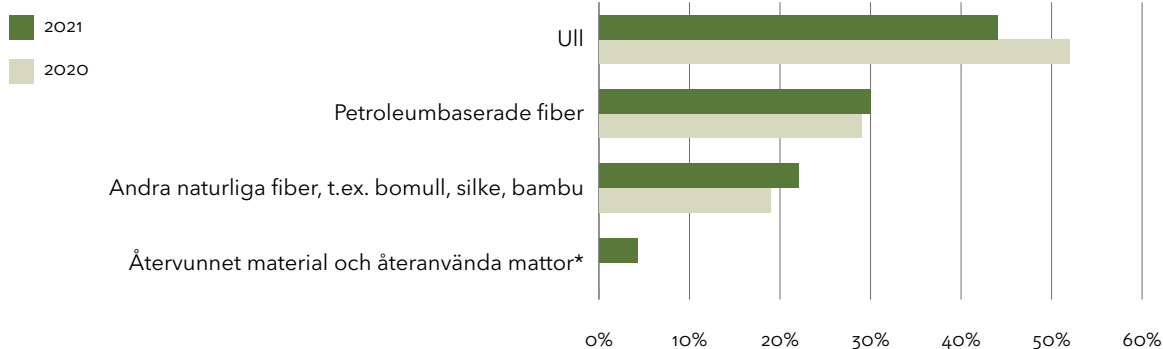
Jute är en subtropisk växt med mjuk, glänsande växtfiber som kan spinnas i grova, starka trådar. Jute-mattor har lång livslängd och materialet är naturligt återvinningsbart. Jute används i både lugg och varp på våra mattor.

#### Silke

Silke är en naturfiber som kommer från fjärilslarver och en av de starkaste naturfibrerna som finns. Silke

### RUGVISTAS MATERIALMIX

(% AV DEN TOTALA LAGERVOLYMEN VID ÅRETS SLUT)



\*De återanvända mattorna ingick i ullkategorin år 2020 och har skiljts ut år 2021. Återanvända mattor inkluderar mattor som är äldre än 20 år och kan exempelvis vara *Patchwork*, *Vintage* eller återfärgade mattor.



används för att framhäva detaljer i ullmattor och i mer exklusiva mattor kan silke utgöra hela luggen och ibland till och med varpen. Silke är ett helt naturligt material och därmed återvinningsbart.

#### **Viskos**

Viskos är en konstfiber som påminner om silke och baseras på naturliga material som till exempel bomull eller cellulosa. Det är ett förnybart material vilket är bra ur hållbarhetssynpunkt. Viskos är dock en relativt kemikalieintensiv fiber men har potential genom en hållbar produktion av råvara samt ökad användning av återvunna fibrer.

#### **PETROLEUMBASERAD FIBER**

##### *Polyester*

Denna konstfiber görs oftast av petroleum och är känd för att vara hållbar och lätt att rengöra, vilket gör den till ett lämpligt material för mattor. Ett stort problem med den polyester som används till textilier är att mikroplaster fälls ut i tvättvattnet. I och med skillnader i användarfasen mellan textilindustrins olika sektorer är detta ett betydligt mindre problem för mattbranschen jämfört med exempelvis modebranschen. Fokuset på att minska användningen av konventionell polyester beror snarare på produktionsprocessens negativa miljöpåverkan då den tillverkas av en icke-förnybar resurs genom en energiintensiv process.

##### *Polypropen*

Polypropen är, liksom polyester, en petroleum-baserad konstfiber, men dess källmaterial kommer från propylengas, som är en biprodukt från produktionen av olja och naturgasproduktion. Det används

ofta i maskinvävda mattor på grund av uppskattade egenskaper som färgäkthet och fläcktålighet och att materialet ger en fin lyster till mattan.

##### *Vinyl*

PVC, eller vinyl som det också kallas, produceras vanligtvis av natriumklorid, olja eller naturgas. Våra vinylmattor tillverkas av svensk ftalatfri vinyl med hög UV beständighet och är godkänd enligt REACH och ROHS. Materialet har en mycket lång livslängd vilket långsiktigt ger en låg miljöpåverkan.

#### **ÅTERVUNNA FIBRER**

##### *Återvunnen polyester*

Återvunnen polyester är en lämplig ersättning för vanlig polyester och tillverkas huvudsakligen av förbrukade och återvunna PET-flaskor. Genom att använda återvunnen polyester förhindras att avfall läggs i deponier samtidigt som det utesluter fossilbränsleindustrin. Egenskaperna är desamma som för konventionell polyester och är därför väl lämpad för mattor som blir mjuka och bekväma.

##### *Återvunnen bomull*

Återvunnen bomull framställs av textilrester från produktionen eller av textilavfall från konsumentledet. Det återvinns mekaniskt, mals ned till i fibrer och spins till nytt garn som blir till ny textil. Genom att använda återvunnen bomull undviks den vatten-, kemikalie- och energikrävande processen för framställning av ny bomull och miljöpåverkan minskas drastiskt<sup>2</sup>. Under 2022 lanserar vi vår första kollektion med tryckta mattor av mer än 80% återvunnen bomull, certifierad enligt Global Recycled Standard.

2. Higg Material Sustainability Index <https://apparelcoalition.org/higg-product-tools/>



## PRODUKT- OCH MATERIALSTANDARDER

Produktsäkerhet och materialstandarder är viktiga aspekter av arbetet mot en mer hållbar industri. Alla leverantörer måste underteckna vårt leverantörsavtal, där det framgår att de är skyldiga att uppfylla våra kvalitets-, kemikalie- och säkerhetskrav. Vi arbetar hela tiden för att säkerställa att våra leverantörer hanterar kemikalier på ett säkert och korrekt sätt, vid tillverkningen av mattorna, och hela tiden utvärdera och genomföra produktriskbedömningar utifrån en försiktighetsprincip.

Leverantörerna testar mattorna regelbundet för att säkerställa att de uppfyller de kemiska kraven, och vi utför regelbundna tester på ackrediterade tredjeparts-laboratorier och tar stickprov under produktionen.

Med jämna mellanrum utvärderar vi också relevanta materialstandarder som vi tror kan hjälpa branschen mot en hållbar framtid.

Här kan du läsa mer om de organisationer och standarder som vi för närvarande förlitar oss på:

### RISE Kemikaliegruppen

RugVista är medlemmar i RISE Kemikaliegruppen, ett nätverk som tar fram rekommendationer i kemikalie- och miljörelaterade frågor. Samtliga våra leverantörer måste underteckna en skriftlig överenskommelse att följa Kemikaliegruppens kemikalierestriktionslista som följer EU-lagstiftning (REACH, BPR och EU:s avfalls-

lagstiftning) och den internationella kemikalielagstiftningen (POPS). Vi försöker hålla oss uppdaterade om den senaste utvecklingen genom vårt samarbete med RISE Kemikaliegruppen.

### OEKO-TEX®

Alla maskintillverkade mattor från Turkiet är certifierade enligt STANDARD 100 från OEKO-TEX®, vilket innebär att produkten uppfyller höga humanekologiska krav, det vill säga att de inte innehåller kemikalier i halter som är hälsoskadliga. Certifieringen innebär att kemikalier i produkter inte får överskrida lagligt fastställda gränser, inte får innehålla förbjudna ämnen eller andra ämnen som vetenskapligt bevisats eller som misstänks ha negativa hälsoeffekter.

### GRS

Global Recycled Standard (GRS) är en frivillig produktstandard som kontrollerar och spårar återvunna råvaror genom leverantörskedjan. Den innehåller också processkriterier för att förhindra att potentiellt farliga kemikalier används och kontrollera att produktionen vid anläggningarna är positiv för samhället eller miljön. Den har tagits fram av den välkända globala organisationen Textile Exchange. Ett urval av våra aktuella leverantörer i Turkiet tillämpar denna standard för produkter gjorda av återvunnet material. Vi strävar efter att använda den för alla återvunna fibrer.

## CO<sub>2</sub>-AVTRYCK

Utsläpp av växthusgaser har identifierats som den främsta drivkraften för klimatförändringarna, där utsläpp av CO<sub>2</sub> just nu ger det största bidraget. CO<sub>2</sub>-avtrycket beräknades under 2016 utgöra 60% av mänsklighetens hela ekologiska fotavtryck. Vi ser

CO<sub>2</sub>-avtrycket som en allvarlig utmaning och vi arbetar för att minska utsläppen i hela värdekedjan. Samtidigt växer vår verksamhet, med en avsevärd ökning av både inköp och försäljning under 2021, vilket ställer höga krav på att vi prioriterar att få ner klimatavtrycket i alla led.

### UTSLÄPPS-SCOPE

(BASERADE PÅ GHG-PROTOKOLLET)



**Scope 1:** Alla koldioxidutsläpp som är direkt hänförliga till vår egen verksamhet. Detta innefattar utsläpp från sådana källor som ägs eller kontrolleras av företaget, till exempel företagets fordon.



**Scope 2:** Indirekta koldioxidutsläpp från förbrukning av köpt el, värme, ånga och kylning som används i vår egen verksamhet (kontor och distributionscentraler).



**Scope 3:** Övriga indirekta koldioxidutsläpp från värdekedjan, exempelvis utsläpp från råvaror, produktion av mattor, transport av produkter, de egna medarbetarnas affärsresor, medarbetarnas arbetspendling samt kontorsmaterial.

Viktiga fokusområden är ökad energieffektivitet och ökad användning av förnybar energi, men också valet av råmaterial och transport. Under 2021 har vi gått över till 100% förnybar el i våra egna anläggningar. Dessutom har vi successivt börjat byta ut bolagets fordon mot elbilar eller hybridbilar. Vi har också börjat kartlägga de material som vi klassificerar som mer hållbara, så att formgivarna får stöd att göra bättre miljöval.

#### ANSLUTNING TILL SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVET

Genom att sätta upp mål och mäta vårt CO<sub>2</sub>-avtryck kan vi arbeta systematiskt för att förbättra CO<sub>2</sub>-avtrycket och identifiera högprioriterade områden. Under 2021 har vi anpassat vårt redan ambitiösa klimatmål, att minska utsläppen av växthusgaser med 50% (basår 2019), till vetenskapen genom att ansluta oss till initiativet *Science Based Targets* (SBTi). Enligt SBTi räknas vi som ett litet eller mellanstort företag (mindre än 500 anställda) och vi har antagit och är godkända enligt det redan uppsatta målet från deras valideringstjänst för små och medelstora

företag. För att hålla den globala temperaturökningen under 1,5 grader bör vårt mål, enligt SBTi, vara att minska våra utsläpp av växthusgaser i *scope 1* och *scope 2* med 46% till 2030, från basåret 2019, samt att mäta och minska våra utsläpp i *scope 3*.

#### VÅRT TOTALA CO<sub>2</sub>-AVTRYCK

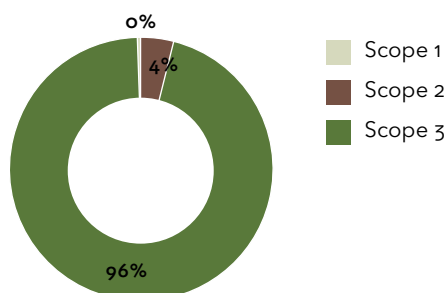
Vi mäter för närvarande CO<sub>2</sub>-avtrycket i *scope 1*, *scope 2* och delar av *scope 3*. Vårt totala CO<sub>2</sub>-utsläpp under 2021 var 3 470 ton CO<sub>2</sub>, vilket är en ökning jämfört med föregående år. Den främsta orsaken till förändringen är förbättrad noggrannhet i CO<sub>2</sub>-beräkningarna, exempelvis mer specifika utsläppsfaktorer, vilket främst påverkar *scope 2* och *scope 3*. En annan viktig faktor är RugVistas fortsatta tillväxt som påverkar både inkommande och utgående transporter samt fot-avtrycket för produktionen. Samtidigt som vi är mycket engagerade i att minska CO<sub>2</sub>-utsläppen i absoluta tal är vi också medvetna om den utmaning som det innebär med en växande verksamhet. Att identifiera de mest förbättringsområden som har störst påverkan, och att arbeta aktivt med dessa, blir avgörande för att vi ska lyckas med våra mål.

#### NYCKELTAL KLIMATAVTRYCK

MÅLSÄTTNING	RESULTAT		
	2021	2020	2019
Ton CO <sub>2</sub> i <i>scope 1</i>	8,1	5,6	9,7
Ton CO <sub>2</sub> i <i>scope 2</i>	124,1	197,2	219,1
Ton CO <sub>2</sub> i <i>scope 3</i>	3 337,8	2 049,8	2 887,0
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 1</i> jämfört med föregående år	46%	-42%	ej tillämpligt
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 2</i> jämfört med föregående år	-37%	-10%	ej tillämpligt
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 3</i> jämfört med föregående år	63%	-29%	ej tillämpligt
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 1</i> jämfört med basåret 2019	-16%	-42%	ej tillämpligt
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 2</i> jämfört med basåret 2019	-43%	-10%	ej tillämpligt
% förändring av CO <sub>2</sub> -utsläpp i <i>scope 3</i> jämfört med basåret 2019	16%	-29%	ej tillämpligt

Våra totala utsläpp kommer främst från *scope 3*, som för närvarande står för 96% av vårt uppmätta avtryck. Under de kommande åren räknar vi med att detta ska öka ytterligare i takt med att vi utvidgar vår mätning av *scope 3*. I de följande avsnitt finns mer information om olika *scope*.

#### % CO<sub>2</sub>-UTSLÄPP PER SCOPE 2021



**OM VÅR DATA**

Vi beräknar vårt CO<sub>2</sub>-avtryck enligt GHG-protokollet och använder metoden där CO<sub>2</sub>-avtrycken beräknas genom användning av dokumenterade utsläppsfaktorer. De utsläppsfaktorer som vi använder hämtas från offentliga källor som *UK DEFRA* och *Carbonfoot-print.com*. Vi arbetar ständigt med att förbättra kvalitet och precision hos våra data genom att uppdatera data och emissionsfaktorer i och med att vi får insyn i hela leverantörskedjan. Vi kommer även i fortsättningen att vara transparenta med hur vi beräknar, lär oss och anpassar vårt tillvägagångssätt när metoderna förbättras. Jämförbarheten påverkas av de förändringar som gjorts av beräkningsmetoderna mellan 2021 och 2020, tillsammans med användningen av mer uppdaterade emissionsfaktorer. För att säkerställa jämförbarhet med baslinjen kommer vi att granska och möjligen uppdatera våra historiska CO<sub>2</sub>-siffror över tid.

**UTSLÄPP I SCOPE 1 OCH 2 - EN LITEN MEN BETYDANDE DEL**

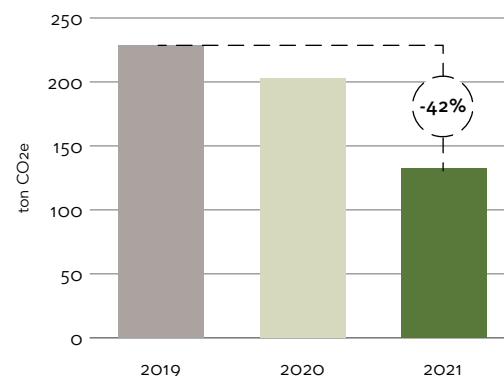
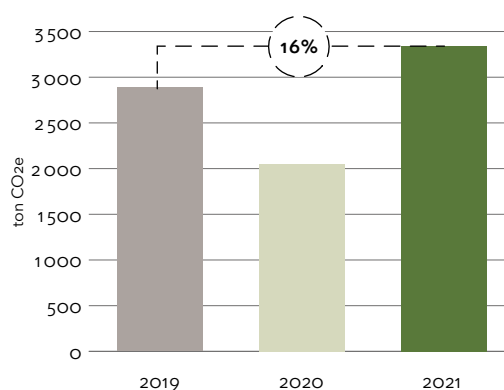
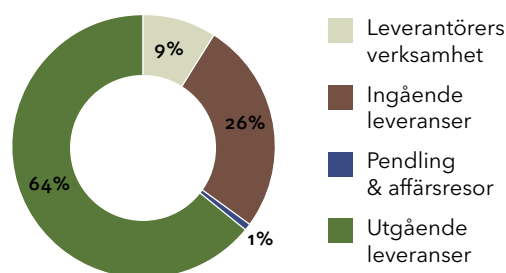
Vårt CO<sub>2</sub>-avtryck i *scope 1* och *scope 2* omfattar för närvarande utsläpp från egna eller leasade bilar samt el och uppvärmning av våra anläggningar i Malmö, som består av kontor och lager. När det gäller *scope 1* och *2* är utsläppen från dessa delar små men ändå viktiga eftersom vi kan ha en direkt inverkan. Jämfört med både 2020 och vårt basår 2019 minskade utsläppen i *scope 1+2*. Minskningen förklaras huvudsakligen av övergången till förnybar energi i ett av våra lager under 2021 och andra energireducerande aktiviteter, exempelvis övergång till LED-belysning. I slutet av 2021 bytte vi till förnybar energi för de återstående anläggningarna och räknar med ytterligare minskning av vårt CO<sub>2</sub>-utsläpp under 2022.

**UTSLÄPP I SCOPE 3 - MOT EN MER HÅLLBAR LOGISTIK- OCH LEVERANTÖRSKEDJA**

Vår mattillverkning är världsomfattande. Våra olika tillverkningsmarknader har sina egna tekniker och metoder, och alla behövs för att tillverka det utbud av mattor som vi vill erbjuda våra kunder. Detta leder till en mångfald av logistiklösningar som vi behöver hantera på ett miljöeffektivt sätt, vilket ofta också resulterar i kostnadsbesparingar. Vi har en tydlig transportpolicy att använda de mest miljövänliga alternativ som finns. Det bästa transportalternativet för oss är sjöfrakt, som kan leverera stora mängder samtidigt som de avger en låg mängd CO<sub>2</sub>-utsläpp. Vi mäter våra leverantörers och transportörers CO<sub>2</sub>-avtryck för att övervaka deras prestation och hjälpa dem att förbättra sitt hållbarhetsarbete. Som en del av *scope 3* bevakar vi också CO<sub>2</sub>-avtrycket från RugVista affärsresor och medarbetarnas pendling.

**Leverantörer**

CO<sub>2</sub>-avtrycket från våra leverantörer och från produktionen av våra mattor är ett komplext område som vi precis har börjat utforska. Under 2021 mäter vi de CO<sub>2</sub>-utsläpp som genereras av den el som används för produktionen hos våra *tier 1* leverantörer, vilka uppskattades till 298 ton CO<sub>2</sub>. Till följd av mer

**CO<sub>2</sub>-UTSLÄPP FRÅN RUGVISTA I SCOPE 1+2****CO<sub>2</sub>-UTSLÄPP FRÅN RUGVISTA I SCOPE 3****% AV CO<sub>2</sub>-UTSLÄPP PER KATEGORI I SCOPE 3 ÅR 2021**

detaljerad information och mer exakta emissionsfaktorer vid 2021 års beräkning kan vi för närvarande inte jämföra 2021 års siffror med 2020 års siffror. Under 2022 har vi för avsikt att utvidga mätningen av *scope 3* genom att kartlägga och mäta utsläpp från råmaterial och från hela produktionskedjan. Detta kommer att förenkla arbetet med att identifiera våra hotspots och på ett mer fokuserat sätt fördela resurser till det som ger störst effekt.

Det är avgörande att sätta upp mål och, tillsammans med leverantörerna identifiera CO<sub>2</sub>-minskande åt-



gärder, för att vi ska lyckas minska de utsläpp i scope 3 som genereras från vår mattillverkning. Under 2021 lyckades vi besöka våra leverantörer i Turkiet när covid-restriktionerna tillfälligt hävdes. Vi inspekterade solpaneler som höll på att sättas upp talade om ökad användning av återvunnet material, samtidigt som vi fick chansen att diskutera hur vi tillsammans kan arbeta proaktivt mot de mål vi satt upp.

### Transporter

Vi bevakar CO<sub>2</sub>-avtrycket från inkommande och utgående transporter men också från affärsresor och medarbetarnas pendling. Även om de två förstnämnda har absolut störst inverkan, tycker vi att det är viktigt att också ta med de båda sistnämnda. Varje individ i organisationen har ett eget CO<sub>2</sub>-avtryck. Under 2021 uppgick affärsresor och arbetspendling till 20,6 ton CO<sub>2</sub> jämfört med 47,4 ton CO<sub>2</sub> under 2020. Vi strävar efter att hålla samtliga medarbetare informerade och uppdaterade om våra hållbarhetsmål och framsteg, och vi vill hjälpa våra medarbetare att göra hållbara val som bidrar till ett minskat CO<sub>2</sub>-avtryck. Också de allra minsta insatserna kan göra skillnad. Under 2021 införde vi en hybridarbetsplats-policy, till följd av pandemin, vilken gör det enklare och tydligare för våra anställda att veta vilka möjligheter som finns att arbeta hemifrån även efter covid-19, vilket bidrar till att minska vårt fotavtryck ytterligare.

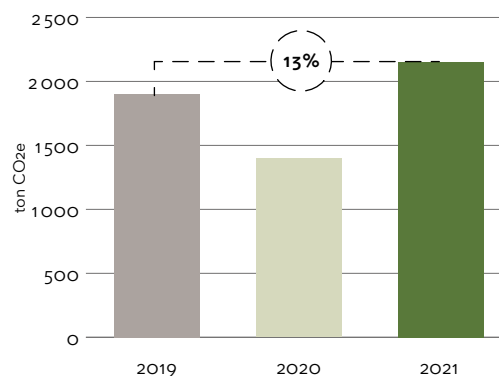
Våra inkommande och utgående transporter släppte ut 3 016 ton CO<sub>2</sub> under 2021. På grund av förbättrad metodik kan vi för närvarande inte jämföra de inkommande transporterna för år 2021 med år 2020. För utgående transporter ökade våra utsläpp av CO<sub>2</sub> med 54%. En del av förändringen beror på felaktiga siffror i grunden. Ökningen beror också på det växande antalet beställningar och vår stora utmaning att minska de absoluta utsläppen kvarstår. Vi har en pågående dialog med våra transportörer som alla delar vår hållbarhetsambition och har noll

nettoutsäpp som målsättning. Även om optimering av rutter och emballage är viktiga delar för att minska fotavtrycket, är det utsläppen från transportflottan som har störst inverkan i slutändan. Samarbetet med transportörer som Budbee, som under 2021 började med 100% fossilfria leveranser i Sverige och Finland, är viktigt för vi ska nå våra mål, och vi följer noga upp CO<sub>2</sub>-utvecklingen med våra transportörer.

### Returer

En av hållbarhetsutmaningarna för en e-handelsverksamhet är hanteringen av returer. Ett viktigt fokus under året har varit att förbättra webshopens sidor med produkt detaljer, så att kunderna får hjälp att fatta rätt beslut när de väljer en matta. Detta kommer i sin tur att minska antalet onödiga returer, vilket inte bara förbättrar kundupplevelsen, utan också minskar CO<sub>2</sub>-påverkan. Detta initiativ för oss ännu ett steg mot att införliva vår hållbara affärsmodell. Under 2021 hade vi en genomsnittlig returgrad motsvarande 16% (15,8%).

### UTSLÄPP AV CO<sub>2</sub> FRÅN UTGÅENDE LEVERANSER, INKLUSIVE RETURER



### FOKUS: PÅ VÄG MOT FÖRNYBAR ENERGI I INDIEN

Bytet till förnybar energi är en avgörande åtgärd för att minska CO<sub>2</sub>-utsläppen från leverantörskedjan. Under 2021 installerade en av våra största leverantörer i Indien solpaneler på sina anläggningar. De installerade panelerna täcker 80% av den sammanlagda elanvändningen. Detta har gjort det möjligt för leverantören att drastiskt minska sin användning av el från icke-förnybara källor och på så sätt också sitt CO<sub>2</sub>-avtryck. I nuläget behöver de bara köpa en mindre del av sin el från det nationella elnätet, där merparten kommer från indiska kolkraftverk. När vi frågade vår leverantör om vad som var det bästa med att ha installerat panelerna svarade de helt enkelt "det kommer att minska världens utsläpp av koldioxid". Deras enda utmaning hittills är den höga installationskostnaden. Detta tycks ändå inte ha påverkat deras övergripande positiva upplevelse av bytet till solenergi. På frågan om vad de rekommenderar till någon som överväger att installera solpaneler är svaret kort och gott: gör det!



## BIOLOGISK MÅNGFALD

Biologisk mångfald beskriver mångfalden av liv på jorden och dess ekosystem, inklusive växter, djur och mikroorganismer. Den utgör jordens livsuppehållande system, där människors försörjning är direkt beroende av genetisk och artmässig mångfald liksom ekosystemets mångfald och funktion. Under de senaste decennierna har världens biologiska mångfald kraftigt försämrats och utrotningen av arter sker allt snabbare, i en aldrig tidigare skådad minskning av den biologiska mångfalden.<sup>3</sup> Eftersom hälften av världens BNP är måttligt eller starkt beroende av naturen kommer förlusten av biologisk mångfald att drabba de flesta företag – genom inverkan på verksamhet, försörjningskedjor och marknader.<sup>4</sup> Dessa trender är särskilt akuta för exempelvis för matbranschen, som är beroende av naturresurser – alltifrån bomull och ull från lantbruket till fibrer som jute och silke från naturliga ekosystem.

Den biologiska mångfalden är ändå en hög-aktuell fråga inom många branscher, exempelvis matbranschen, vilket på många sätt liknar klimatets framskjutna ställning för flera år sedan. För oss är det viktigt att förstå vilken som är vår främsta påverkansfaktor och vad som är beroende av den, vilket planerar att börja kartlägga inom en snar framtid. Så snart dessa har identifierats kan vi gå vidare till att göra specifika åtaganden och därefter arbeta för att införa en reparativ och regenerativ strategi i hela leverantörskedjan. De starka banden mellan klimat och natur sätter också fingret på hur viktigt det är att ta ett gemensamt grepp om dessa frågor.

## VATTEN

Vattenanvändning och utsläpp till vattnet är en lokal och global fråga, samtidigt som textilindustrin produktionsprocess för närvarande är mycket beroende av vatten. Vi arbetar aktivt med att minska vattenförbrukningen och utsläppen till vatten inom leverantörskedjan. *Scope 1* leverantörer följs upp genom vårt revisionssystem där det görs regelbundna bedömningar av att vatten hanteras med hänsyn till miljön, inklusive kontroller av vattenreningsystem.

Vi uppmuntrar också våra leverantörer att samarbeta med underleverantörer som arbetar aktivt

med att minska vattenförbrukningen. I Indien samarbetar våra största leverantörer exempelvis med en gemensam underleverantör för garnfärgning. Denna leverantör har infört ett miljöledningssystem och ett slutet vattenbehandlingssystem som fungerar enligt *Sustainable Textile Water Initiatives* kriterier för minskad vattenförbrukning.

Även om det görs framsteg måste vi göra än mer för att förstå lokala risker och sammanhang liksom att hitta nya sätt att minska vattenanvändningen och utsläpp till vatten. Materialval är ytterligare ett exempel på hur vi kan minska vårt vattenavtryck.

## HUVUDFOKUS FÖR 2022 - PLANET

Vårt långsiktiga fokus på att utveckla en cirkulär affärsmodell och att minska vår miljöpåverkan är en ledstjärna för våra aktiviteter på kort sikt. Med nära nog oändliga förbättringsmöjligheter inom dessa områden tycker vi att det är viktigt att identifiera ett huvudfokus för det kommande året så att vi ser till att använda våra resurser på det sätt som är allra mest effektivt för att åstadkomma en förändring.

Under 2022 prioriterar vi

- att testa vår egen andrahandsförsäljning som ett ytterligare steg mot en cirkulär affärsmodell
- att prova och börja använda emballage från återvunna källor till våra mattor under 2022
- att hjälpa både formgivare och kunder att fatta mer hållbara beslut så att andelen återvunna, återanvända och naturliga material blir större. För detta ändamål planerar vi att ta fram en materialklassificeringsguide under året. Den kommer att vägleda vår inköps- och designavdelning till mer hållbara materialval. Den kommer också att användas som grund för att vägleda våra kunder att göra bättre val.
- att sätta en handlingsplan för hur vi ska minska våra utsläpp i *scope 3*. Ett första och viktigt steg under 2022 är att utöka vad vi mäter inom *scope 3*. Det hjälper oss att prioritera var vi ska lägga fokus liksom att hitta gemensamma lösningar med intressenter, vilket krävs för att vi ska nå våra reduktionsmål.

3. The Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services (IPBES), "the Global Assessment Report on Biodiversity and Ecosystem Services" <https://www.ipbes.net/global-assessment>

4. World Economic Forum, "Nature Risk Rising: Why the Crisis Engulfing Nature Matters for Business and the Economy" <https://www.weforum.org/reports/nature-risk-rising-why-the-crisis-engulfing-nature-matters-for-business-and-the-economy>







## LEAD.CHANGE FOKUSOMRÅDE PEOPLE

**MÄNNISKORNA I VÅR** värdekedja står i centrum för allt vi gör. Vi vill ha en positiv inverkan på alla som berörs av vår verksamhet genom att vi bidrar till

en hållbar samhällsutveckling med fokus på socialt ansvar, mångfald och inkludering.

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
<i>Leverantörskedja</i>				
Andel mattleverantörer som ingår i RugVistas system för sociala revisioner (%)	100%	100%	100%	100%
Antal genomförda revisioner	n/a	n/a	350	205
Antal nolltoleransfall enligt amforis och LabeSteps protokoll	0	0	0	0
<i>Egen personal</i>				
Employee Net Promotor Score (eNPS)	80	60	44	53
Minst ett utvecklingssamtal per år och medarbetare	100%	100%	95%	100%
Jämställdhet i företagsledningen, andel kvinnor	40-60%	40-60%	50%	50%

### SOCIALT ANSVAR OCH INKLUDERING

Ekonomisk tillväxt och anständiga arbetstillfällen är väsentliga faktorer för stabilitet och välbefinnande. Politisk instabilitet, växande befolkningar, klimatförändring och migration - och under de senaste två åren följderna av covid-19 - bidrar till sociala spänningar och osäkerhet i regioner där våra leverantörer är verksamma. Mångfald, inkludering och anständiga arbetsvillkor betraktas som nyckelfaktorer för att säkra en hållbar samhällsutveckling och är väsentliga för att bolag ska ta ansvar och nå framgång. Detta är väl förankrat i RugVistas värderingar och förhållningssätt till socialt ansvar och mänskliga rättigheter. Eftersom vi är ett värderingsstyrt företag är det viktigt att vi är

inkluderande i alla delar av våra affärer - i den egna verksamheten, i leverantörskedjan och i de samhällen som vi verkar i.

### VÅR LEVERANTÖRSKEDJA

Vi är i första hand en e-handlare av mattor vilket betyder att vi inte själva äger några produktionsanläggningar. I stället arbetar vi med noggrant utvalda leverantörer i långsiktiga partnerskap. Alla nyproducerade mattor tillverkas av fristående leverantörer, huvudsakligen i Turkiet och Indien. Våra fem största leverantörer producerade 80% av våra ordrar



RugVistas kreativa team förbereder en fotografering.

under 2021. Genom nära och långsiktiga samarbeten med våra leverantörer kan vi fördjupa samarbetet och tillsammans införa nya och mer hållbara processer och produktionsmetoder.

#### INVERKAN AV COVID-19

Alla våra leverantörer har påverkats av covid-19-pandemin främst genom nedstängningar och andra störningar. När det gäller ansvarsfulla inköp, är de främsta riskerna med pandemin, arbetstagarnas och deras familjers hälsa och säkerhet samt att säkerställa ett regelbundet orderflöde. För att minska riskerna har vi tillsammans med våra leverantörer fokuserat på att planera för produktion i rätt tid och på att skydda leverantörens anställda. I Indien ökade dödligheten avsevärt under den andra pandemivågen, och regeringen införde ytterligare restriktioner på arbetsplatserna för att förhindra smittspridning. Under 2021 stöttade vi de indiska leverantörerna genom att tillhandahålla munskydd, mat och filter till arbetarna samt tillsammans med en intresseorganisation tillgängliggöra vaccinationer för arbetare och dess familjer.

På grund av restriktionerna försenades ett stort antal beställningar hos våra leverantörer under första kvartalet, samtidigt som vi stod inför en ökad efterfrågan från kunderna. Detta begränsade vår förmåga att fylla våra lager till önskvärda nivåer under första kvartalet i 2021, men stödet till arbetarna i kombination med en välplanerad orderläggning avhjälpte lagersituationen under det andra kvartalet och framåt.

#### RESPEKT FÖR MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

RugVistas mest grundläggande ansvar är att respektera och stödja mänskliga rättigheter. Det är en del av våra värderingar och är avgörande för verksamhetens

fortlevnad. Risker relaterade till mänskliga rättigheter i leverantörskedjan identifieras och förvaltas genom följande steg:

- Regelbundna sociala revisioner som genomförs av ackrediterade tredjepartsrevisorer.
- Utbildningar i mänskliga rättigheter, både för RugVistas medarbetare och leverantörer.
- Omedelbar åtgärd vid nolltolerans-incidenter som rör mänskliga rättigheter hos leverantörer, enligt våra tredjepartsrevisorer (Label STEP och amfori BSCI) protokoll för nolltolerans.

För att säkerställa mänskliga rättigheter i de länder där bolagets leverantörer är verksamma krävs regelbunden dialog med leverantörer och nära samarbete med relevanta intresseorganisationer. De viktigaste frågorna relaterade till mänskliga rättigheter är de med störst risk för allvarliga negativa följder orsakade av bolagets leverantörskedja. Detta omfattar frågor som exempelvis anständiga arbetstider, skälig ersättning samt rätten till fackföreningsanslutning och kollektivavtal, men innefattar också andra mänskliga rättigheter som till exempel icke-diskriminering, integritet och barns rätt till skolgång.

#### RÄTTVISA ARBETSFÖRHÅLLANDEN I LEVERANTÖRSKEDJAN

Att säkerställa rättvisa och anständiga arbetsförhållanden för arbetstagare i leverantörskedjan är en central prioritering för RugVista. Även om vi inte äger eller driver några fabriker eller produktionsanläggningar är vi engagerade för att säkerställa att alla anställda inom leverantörskedjan har rättvisa och anständiga arbetsförhållanden och att deras mänskliga rättigheter respekteras.



**Fokusområden**

**Hälsa och säkerhet:** Verka för en öppen dialog mellan arbetstagare och ledning, och att involvera arbetstagarna i besluten, är grundläggande för att skapa höga säkerhetsnormer.

**Anständiga arbetstider:** Varje medarbetare har rätt till en begränsning av den maximala arbetstiden, till dygnsvila och veckovila och till en årlig betald ledighet. Vi arbetar för att förbättra denna aspekt genom regelbundna revisioner och en fortlöpande dialog.

**Arbetsplatsdialog:** Alla medarbetare har rätt att komma till tals. Medarbetare som har möjlighet att framföra sina åsikter och kan påverka sin arbetsmiljö har större möjligheter att uppnå bra arbetsförhållanden och en skälig lön. RugVista ställer genom

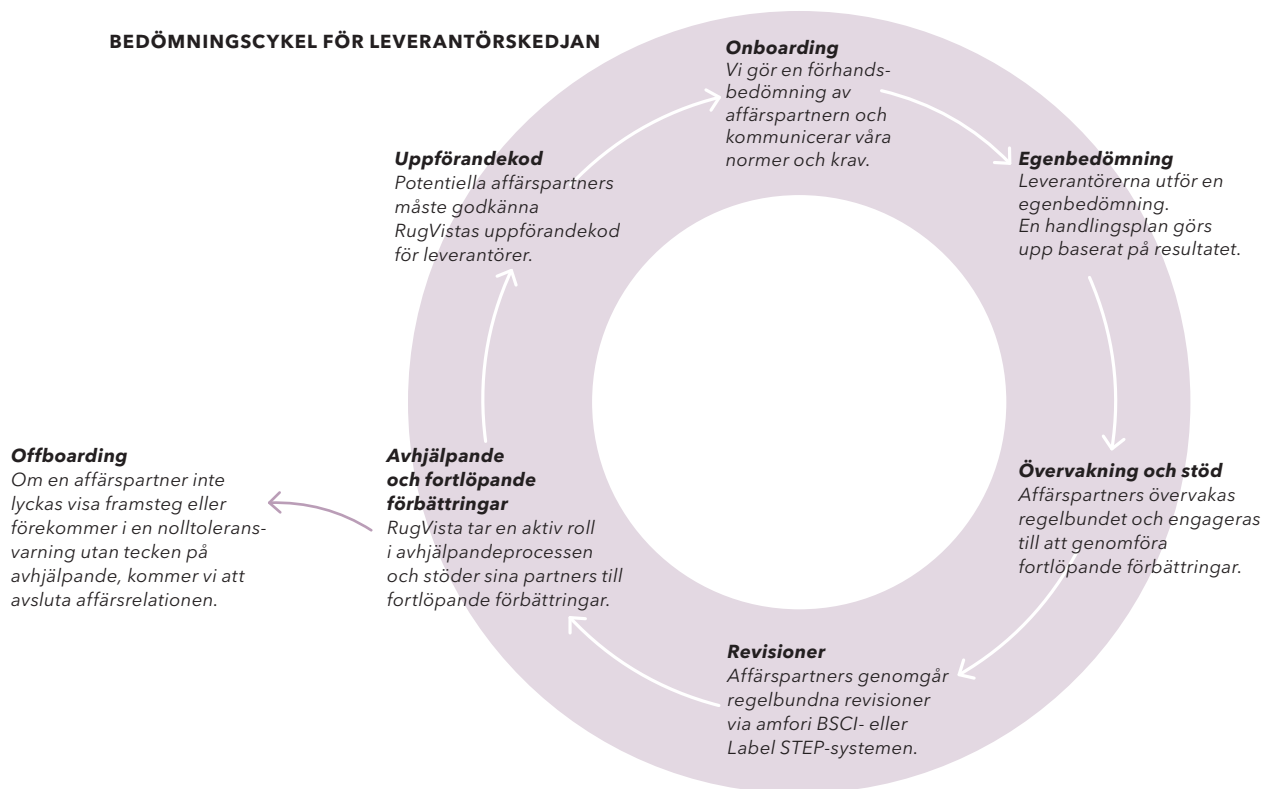
uppförandekoden för leverantörer krav på rätten till fri fackföreningsanslutning och kollektivavtal i varuförsörjningskedjan. Genom utbildning och fortlöpande dialog arbetar vi för att åstadkomma en öppen dialog och en medarbetarrepresentation genom hela leverantörskedjan.

**Ersättning och förmåner:** En central punkt i strategin för rättvisa arbetsförhållanden är principen om att människor som arbetar i leverantörskedjan ska ha lika och rättvis ersättning för likvärdigt arbete. RugVista arbetar för att förbättra löner och andra villkor i hela värdekedjan, vilket ska ge tillräckliga inkomster för en skälig levnadsstandard för arbetstagarna och deras familjer.





### BEDÖMNINGSCYKEL FÖR LEVERANTÖRSKEDJAN



### ANSVARSFULLA INKÖP

När man bygger långsiktiga relationer blir det viktigt att både kvalificera leverantörerna inledningsvis och arbeta för en långsiktig affärsrelation. Genom dessa långsiktiga samarbeten med våra leverantörer bidrar vi även till deras finansiella affärsutveckling - när de utvecklar sin verksamhet kan vi få bättre service och större medvetenhet om hållbar utveckling. Våra inköpsmetoder ska bidra till att mattindustrin utvecklas på ett hållbart sätt och samtidigt ger långsiktiga fördelar för våra leverantörer och deras anställda. På så sätt kan våra långvariga samarbeten få växa och skapa värde för alla parter.

Eftersom vi vill leda förändringen mot hållbarhet inom vår industri, är ansvarsfulla inköp grundläggande för att säkerställa en rättvis behandling av arbetare och en hälsosam arbetsmiljö. Vi kan genom att ställa krav och att vara engagerade och ansvars tagande bidra till att våra leverantörer utvecklas och är bra arbetsgivare. Med bra inköpsrutiner kan vi också hantera utmaningar med ojämn produktion utifrån kundernas varierande efterfrågan över tid. I ett långsiktigt partnerskap kan vi tillsammans med leverantören planera produktionen med bra framförhållning, vilket minskar onödig övertid för arbetarna under högsäsong och jämnar ut arbetstiden under perioder med lägre efterfrågan.

### UPPFÖRANDEKOD FÖR LEVERANTÖRER

Ansvarsfull produktion är kärnan i vårt hållbarhetsarbete. För våra leverantörer tillämpar vi en uppförandekod som reglerar socialt och miljömässigt

ansvar inom leverantörskedjan. RugVista är medlem i amfori BSCI och vi har antagit deras uppförandekod som vår egen. Alla våra leverantörer måste underteckna och förbinda sig att följa uppförandekoden, och efterlevnaden kontrolleras genom regelbunden övervakning och återkommande revisioner.

Detta är i korthet RugVistas uppförandekod för leverantörer:

- kräver att lagarna åttlyds
- ligger i linje med FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter
- bygger på Internationella arbetsorganisationens (ILO:s) grundläggande konventioner, som gäller för alla länder
- gör det möjligt för företag att följa en systematisk strategi för due diligence-granskning inom sina leverantörskedjor.

### BEDÖMNINGSCYKEL FÖR LEVERANTÖRSKEDJAN

Bedömningscykeln för leverantörskedjan är grunden för vårt arbete våra och framsteg när det gäller mänskliga rättigheter och etiska affärsmetoder. Ramverket hjälper oss att identifiera och agera på upptäckta och potentiella risker som rör mänskliga rättigheter för arbetstagare i vår leverantörskedja. Ramverket bygger på amfori BSCI:s, Label STEP:s och våra interna processer.

Alla våra leverantörer är en del i ett av revisions-systemen hos amfori BSCI eller Label STEP. Regelbundna revisioner äger rum oavsett vilket system de är anslutna till.

**AMFORI BSCI**

RugVista är medlemmar i amfori BSCI, ett världsomfattande initiativ för företag som vill förbättra arbetsförhållandena i den globala leverantörskedjan. BSCI sammanför fler än 2400 företag kring en gemensam uppförandekod, och deras främsta uppgift är att stödja nätverket i arbetet med att skapa hållbara och etiska leverantörskedjor.

Amfori har ett omfattande kompetensutvecklingsprogram som såväl RugVistas anställda som leverantörer har kostnadsfri tillgång till. Utbildningarna består av introduktionsutbildningar inom hållbarhet och vidareutbildningar inom hållbar rekrytering för att förebygga människohandel, tvångsarbete och barnarbete i verksamheten samt hur man skapar delaktighet hos arbetstagarna i frågor som rör mänskliga rättigheter. Amforis arbete ger praktiskt stöd till alla medlemmar och dess leverantörer som engagerar sig för att uppnå FN:s mål för hållbar utveckling, med det övergripande målet att bidra till en värld där all handel ger sociala, miljömässiga och ekonomiska fördelar för alla.

**AMFORI BSCI:S REVISIONSSYSTEM**

RugVista har via amfori BSCI tillgång till ett gemensamt system för uppföljning och revision av leverantörer. Amfori BSCI-revisionerna är utformade för granskning av leverantörer med centraliserad produktion, med avseende på de värderingar och principer som finns i amfori BSCI:s uppförandekod. Dessa principer överförs till tretton sammanlänkade resultatområden. Våra största leverantörer, som finns i Turkiet och Indien, granskas genom amfori BSCI:s revisionssystem.

Amfori BSCI-revisionerna utförs av oberoende och tredjepartscertifierade inspektionsföretag. Revisionerna bedömer samtliga tretton resultatområden och äger rum vartannat år enligt amfori BSCI:s revisionscykel. Uppföljningsrevisioner utförs mellan cyklerna

och fokuserar endast på resultatområden som behöver nya belegg för framsteg hos producenten. Uppföljningen bör ske inom tolv månader från den föregående revisionen och bör ha samma omfattning och metod.

Vi kan dessutom begära en brådskande uppföljningsrevision som fokuserar enbart på en nolltolerans-upptäckt eller ett specifikt resultatområde, exempelvis i följande fall:

- Misstankar väcks hos revisorn och återges i revisionsrapportens konfidentiella kommentarer.
- Det finns avsevärda risker som behöver kontrolleras.

Omedelbar åtgärd krävs efter en nolltolerans-varning som innefattar:

**Barnarbete**

- Arbetstagare som är yngre än 15 år
- Arbetare under 18 år som utsätts för tvångsarbete

**Tvångsarbete**

- Att inte tillåta arbetare att lämna arbetsplatsen eller tvinga dem att arbeta övertid mot sin vilja
- Använda våld eller hot om våld för att skrämja och tvinga arbetare till arbete

**Inhuman behandling**

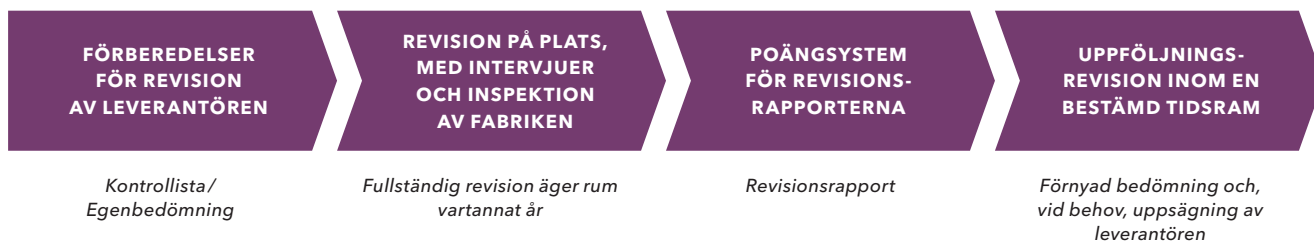
- Inhuman eller förnedrande behandling, kroppslig bestraffning (inklusive sexuellt våld), psykiskt eller fysiskt tvång och/eller verbala övergrepp

**Arbetsmiljö och säkerhet**

- Arbetsmiljööverträdelser som utgör ett överhängande och kritiskt hot mot arbetstagarnas hälsa, säkerhet och/eller liv

**Oetiskt beteende**

- Försök till mutförsök av revisorer
- Avsiktlig felaktig framställning i produktionskedjan (t.ex. att gömma produktionsplatser, sakna en företagslicens och medvetet underdeklara storleken på personalstyrkan)

**AMFORI BSCI:S REVISIONSPROCESS****AMFORI BSCI:S 13 RESULTATOMRÅDEN**

1. Socialt ledningssystem och kaskadeffekt
2. Arbetarnas engagemang och skydd
3. Rätten till föreningsfrihet och kollektiva förhandlingar
4. Ingen diskriminering
5. Rättvis ersättning
6. Anständiga arbetstider
7. Arbetsmiljö och säkerhet
8. Inget barnarbete
9. Särskilt skydd för unga arbetstagare
10. Inga otrygga anställningar
11. Inget tvångsarbete
12. Skydd av miljön
13. Etiskt uppförande

**LABEL STEP**

För att kunna hantera komplexiteten kring revisioner av mattor vävda och knutna av hemvävare är RugVista en certifierad Label STEP Fair Trade-partner. Label STEP är en ideell organisation som engagerar sig i mattvävarnas levnadsvillkor och välmående inom industrin för handgjorda mattor. Som certifierad Label STEP-partner förbinder sig RugVista till oberoende regelbundna revisioner hos alla bolagets leverantörer av handgjorda mattor. Label STEP verkar aktivt för långsiktiga förbättringar i mattindustrin samtidigt som de ger mattvävare möjlighet till utbildning inom mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet samt ekonomi.

**LABEL STEP:S REVISIONSSYSTEM**

Label STEP:s revisionssystem är utformat för att granska leverantörer med decentraliserad produktion inom industrin för handgjorda mattor, där vävarna exempelvis arbetar i hemmet eller i små väverier med vävstolar, med avseende på principerna i STEP:s 10-punktsstandard.

Länder och anläggningar skiljer sig åt och de regler för rättvis handel som ingår i STEP-standarden är anpassade till individuella produktionsförhållanden – alltifrån arbete i hemmet till väverier med vävstolar samt fabriksanläggningar. Som del av tillsynen övervakar STEP upp till 90 efterlevnadskriterier som måste vara uppfyllda eller vara i en pågående process mot att bli uppfyllda.

Vid upptäckt av bristande efterlevnad initieras gemensamma korrigeringsåtgärder av STEP:s anställda, och förhållandena förbättras stegvis för att åstadkomma verklig och långsiktig förändring. STEP-standarden omfattar dessa tio regler för rättvis och ansvarsfull handel:

- §1 skydd av arbetstagares hälsa och säkerhet
- §2 utbetalning av skäliga löner och skydd för avtalade löner
- §3 förbud mot barnarbete
- §4 inga former av diskriminering
- §5 föreningsfrihet och rätt till kollektiva förhandlingar
- §6 inget tvångsarbete eller skuldslaveri
- §7 ingen hård eller omänsklig behandling, inga sexuella trakasserier
- §8 begränsat antal arbetstimmar och tillämpning av veckovila
- §9 identifiering av miljörisker och minimering deras påverkan
- §10 medgivande till STEP-revision: transparens och åtkomst till information

STEP tar inte bara itu med isolerade problem, systemet fungerar också ur ett helhetsperspektiv för att korrigera underliggande faktorer som framkallas av branschen. Den ideella organisationen strävar efter rättvisa löner för vuxna vävare och utbildning för deras barn, så att alla kan möta en ljusare framtid. STEP eftersträvar lösningar för rättvis handel som tar hänsyn till alla sociala, ekologiska och handelsrelaterade angelägenheter. Organisationen tror på samarbete – att uppmuntra och kräva samarbete av alla aktörer inom industrin för handgjorda mattor, för att tillsammans vårda en hälsosam, ansvarsfull och hållbar industri. RugVista har anslutit sig till STEP:s standard för rättvis handel vad gäller hela vårt sortiment av handgjorda mattor. Vi ger Label STEP full tillgång till all information som behövs för att Label STEP:s revisorer ska kunna utföra sina revisioner. Efterlevnad och kontinuerliga förbättringar bekräftas av lokala STEP-anställda genom täta, oberoende och oanmälda revisioner. Beroende på produktionsmiljön kan upp till 90 kriterier, specifika för mattbranschen, behöva vara helt eller delvis uppfyllda

**RESULTAT AV REVISIONER UNDER ÅRET**

Under 2021 genomförde RugVista 350 revisioner genom amfori och Label STEP jämfört med 205 under 2020. En del av ökningen beror på den förändrade covid-situationen, men en stor del beror på det ökade antalet revisioner som utförts av Label STEP. Medan amfori täcker in de leverantörer som producerar våra maskintillverkade mattor och handgjorda designmattor, fokuserar Label STEP främst på de traditionella mattor som framställs av hemvävare. Båda organisationerna delar samma slutmål, att förbättra arbetsvillkoren för arbetarna i leverantörskedjan, men revisionerna skiljer sig åt. En revision utförd av Label STEP kan till exempel omfatta en ensam hemmavävarer medan en revision som utförs av amfori omfattar alla arbetare i en produktionsanläggning. Antalet revisioner som utförs av Label STEP och amfori är alltså inte jämförbara.

334 revisioner utfördes av Label STEP under 2021, varav majoriteten var hos hemmavävarer i Afghanistan och Indien, men också i produktionsanläggningar och väverier. Sammanlagt omfattades över 1 100 arbetare inom vår leverantörskedja av dessa revisioner. Inga betydande incidenter har rapporterats i något av fallen. Det ökade antalet revisioner som utförts av Label STEP kan bäst förklaras av en fördjupad relation och större kunskap om RugVistas försörjningskedja. Detta har gjort det möjligt för Label STEP att täcka in fler delar av vår leverantörskedja.

Genom vårt medlemskap i Label STEP har vi kunnat fortsätta med revisioner i Afghanistan, trots det allvarliga läget, och övervaka välbefinnandet hos de arbetstagare, främst kvinnliga hemmavävarer, som deltar i tillverkningen av våra mattor. Med tanke på



den pågående humanitära krisen är det ännu viktigare att denna redan sårbara grupp får fortsätta sitt arbete under rättvisa förhållanden och med en anständig inkomst.

Amfori svarade för 16 fabriks-revisioner hos RugVistas leverantörer. Genom dialogen med våra leverantörer ser vi en ökad förståelse för uppförandekodens olika delar liksom av betydelsen av att de iaktas. Det är glädjande att se att detta börjar återspeglas i revisionsresultaten, där den övergripande trenden från tidigare till innevarande revisionscykler går i rätt riktning - mot bättre revisionsresultat. Det samlade revisionsresultatet är en samlad bedömning för respektive prestationsområde för leverantören. Betyget kan variera från A, som är det högsta resultatet, till E. Om en leverantör får ett E som samlad bedömning är det en indikation på grundläggande problem i förhållande till amfori BSCI-principerna. Om vi skulle överväga ett samarbete med dessa leverantörer skulle det förutsätta en särskild bedömning från vår sida. Under året har ingen av våra leverantörer fått betyget E, medan flera har höjts från lägre nivåer till A eller B. Inga nolltolerans-fall med avseende på mänskliga rättigheter har rapporterats under året.

Den positiva utvecklingen drivs i första hand av förbättringar hos leverantörer som vi arbetat med under en längre tid. Revisionsresultaten framgår av följande diagram som endast innehåller leverantörer som genomgått minst två revisionscykler. Detta be-

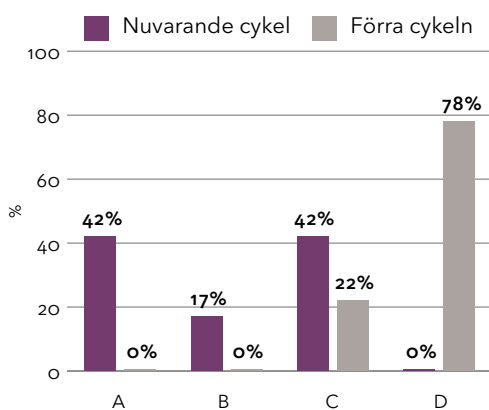
lyser vikten av goda relationer och fortlöpande dialog med leverantörerna, för att vi ska kunna förverkliga vår hållbarhetsvision.

De vanligaste problem som identifieras genom amfori-revisionerna är:

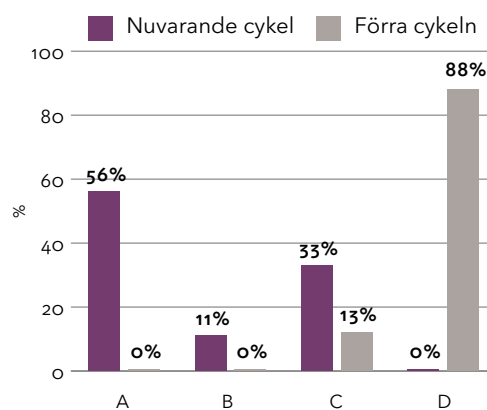
- Anständiga arbetstider: fall, främst i Turkiet, av att arbeta i mer än 7 dagar utan vila.
- Arbetshälsa och arbetarskydd: de vanligaste fynden rör otillräckliga planer och rutiner för nödsituationer.
- Arbetstagarinflytande och arbetarskydd: frågor som rör klagomålsförfaranden, såsom policy som förbjuder repressalier mot arbetstagare.
- Socialt ledningssystem: luckor i något av de resultatområden som påverkar övergripande ledningssystem, exempelvis förståelse för och kunskap om BSCI-metoden, i synnerhet för nyare leverantörer.

Vi tar dessa frågor på allvar, och genom dialog och utbildning uppmuntrar vi leverantörerna att göra upp lämpliga förbättringsplaner. Via amforis plattform tar vi sedan del av dessa planer och kan följa de framsteg som görs av leverantörerna, och till slut görs en förnyad bedömning i en uppföljningsrevision från amfori.

**AMFORI-REVISIONERNAS RESULTAT FÖR 2021**  
ENLIGT BETYG - SAMTLIGA LEVERANTÖRER



**AMFORI-REVISIONERNAS RESULTAT FÖR 2021**  
ENLIGT BETYG - JÄMFÖRBARA LEVERANTÖRER





### FOKUS: COVID-19 VACCINATIONSKAMPAJ FÖR INDISKA MATTVÄVARE

Ända sedan covid-19-pandemins början har Label STEP gett stöd, till arbetare och vävare inom industrin för handgjorda mattor, genom *COVID-19 Relief Fund* som i sin tur får stöd av utvecklingsorganisationer, branschintressenter och privata givare. Label STEP i Indien samarbetar med hälsomyndigheterna för att ge kostnadsfria vaccinationer till alla. Även om det indiska vaccinationsprogrammet gör goda framsteg i storstadsområdena, släpar det efter i vissa landsbygdsområden, bland minoriteter och i den mer lågutbildade och fattiga befolkningen. Många arbetare och vävare inom industrin för handgjorda mattor hör till de senare grupperna.

Under fjärde kvartalet 2021 inledde RugVista och Label STEP en utvidgning av det befintliga vaccinationsprogrammet. Projektet syftar till att öka tillgången till vaccinationer mot covid-19 bland vävare och andra samhällsmedlemmar hos våra leverantörer i Uttar Pradesh, främst i distrikten Bhadohi och Mirzpur. Alla vävare som inte är vaccinerade erbjuds möjligheten att vaccineras.

Under slutet av 2021 rekryterades personal och volontärer till vaccinationsanläggningarna och en utbildnings- och informationskampanj inleddes. Mindre anläggningar har organiserats vid eller i närheten av väverierna och under december vaccinerades 120 personer anställda hos en av våra leverantörer. Ytterligare minst 1 000 personer kommer erbjudas vaccination fram till april 2022.

Planen är att genomföra en informationskampanj som också syftar till att motverka desinformation, rykten och myter som för närvarande är i omlopp i vissa kluster. Det finns ett tydligt behov av att aktivt mobilisera lokalsamhället till att komma i gång med vaccineringen. Många är antingen omedvetna om hur de ska gå till väga för att bli vaccinerade eller ovilliga att vaccineras.

I samarbete med Label STEP kommer RugVista att nå ut till fler än 1000 direkta mottagare av två vaccindoser samt 5000 personer i det lokala samhället som indirekt drar nytta av olika förebyggande åtgärder.

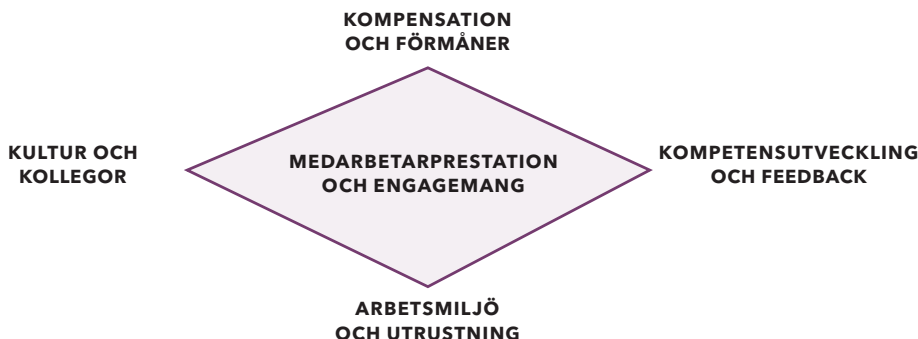
## VÅRA MEDARBETARE OCH ORGANISATION

### VÅRA VÄRDERINGAR

Våra värderingar avgör vilka vi är och hur vi beter oss, och de är viktiga redskap för att ge vägledning i vårt interna hållbarhetsarbete och för hur chefer och medarbetare ska uppföra sig i sitt dagliga arbete. På vår fortsatta tillväxtresa är det viktigt för oss att bygga en

långsiktigt engagerande företagskultur, som är styrd av våra värderingar och i linje med vårt syfte.

Våra värderingar; *Focus on Impact*, *Stay True* och *Be Entrepreneurs* ger uttryck i vårt ledarskap, utvecklingssamtal, dagliga beslut och kund- och leverantörsrelationer. Medarbetarna får löpande information om bolagets etiska riktlinjer och cheferna arbetar kontinuerligt för att främja ett positivt och inkluderande arbetsklimat som leder till engagemang och initiativ.



### EN HÅLLBAR OCH INKLUDERANDE ARBETSGIVARE

En kultur och arbetsmiljö präglad av engagemang, där alla medarbetare inkluderas och trivs i sin arbetsmiljö, är avgörande för att förverkliga vår medarbetarvision: **att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer**. Våra organisatoriska styrningsprocesser är inriktade på att attrahera, motivera och behålla internationellt framstående, högkvalificerad arbetskraft som kan förverkliga våra tillväxtambitioner, uppfylla bolagets mål och ge våra kunder service i världsklass. Unika perspektiv, tänkande och erfarenhet, som vår mångfald av medarbetare för med sig till arbetet, är avgörande för att vi ska kunna uppfylla vårt syfte: **att hjälpa människor till hem att älska**.

Vi har utvecklat ett ramverk för vårt arbete inom rekrytering, organisations- och medarbetarutveckling samt ledarskap som fokuserar på fyra (4) olika dimensioner av vårt arbetsgivarerbjudande:

- Kompetensutveckling & Feedback
- Arbetsmiljö & Utrustning
- Kultur & Kollegor
- Kompensation & Förmåner

Ramverket ligger till grund för hur vi positionerar oss mot potentiella framtida medarbetare, hur vi kontinuerligt utvecklar vårt arbetsgivarerbjudande samt vad vi förväntar oss av våra medarbetare och ledare. Syftet med ramverket är att alla medarbetare ska uppleva ett engagemang, att deras arbete är motiverande och meningsfullt och att goda arbetsprestationer belönas.

#### 1. Kompetensutveckling och feedback

Vi har utvecklat en feedback- och utvecklingsprocess för personalen utifrån tre kriterier:

- Kompetens
- Prestation & måloppfyllnad
- Efterlevnad av bolagets värderingar

Feedback, kompetensutveckling och prestation diskuteras inom ramen för feedback- och utvecklingssamtal mellan medarbetare och chefer minst en gång om året samt i regelbundna uppföljningssamtal. Feedback- och utvecklingsprocessen är ett av våra verktyg då ledare tillsammans med medarbetaren

tydliggör vad som förväntas och hur medarbetaren kan utvecklas. Processen ska bidra till att öka engagemanget, prestationen och arbetsglädjen hos våra medarbetare. Det är också ett tillfälle att stämma av att medarbetaren vet hur löneprocessen går till och vad som ligger till grund för löneutveckling. Feedback- och utvecklingsprocessen resulterar i en personlig utvecklingsplan som följs upp regelbundet.

Våra medarbetares möjlighet till kompetensutveckling kommer att vara avgörande för att RugVista ska nå sina resultatmål. Att utveckla våra medarbetare ökar bolagets effektivitet och produktivitet, och skickar också den viktiga signalen att vi prioriterar kompetensutveckling. I tillägg skapar möjligheter till personlig vidareutveckling både trivsel och arbetsglädje.

Under året hade vi i genomsnitt 16 timmar utbildning per medarbetare vilket ligger långt över målet på 10 timmar per medarbetare. Exempelvis erbjuds undervisning i svenska till medarbetare med annat modersmål och specialistutbildningar inom bland annat programmering, marknadsföring och hållbarhet.

#### 2. Arbetsmiljö och utrustning

En hälsosam och säker arbetsplats är en förutsättning för att må bra, kunna prestera och trivas på arbetet. Genom att arbeta hälsofrämjande och systematiskt förebygga risker i arbetsmiljön möjliggör RugVista hållbar hälsa, trivsel och prestation. Riskerna för ohälsa minimeras och följs upp systematiskt. Alla konstaterade risker i arbetsmiljön hanteras genom ett systematiskt arbetsmiljöarbete (OHS). Syftet med vårt ledningssystem för arbetsplatsen är att identifiera, bedöma, följa upp och ta fram arbetsmiljömål för att minska riskerna för alla medarbetare. Vi registrerar alla inträffade olyckor i ett digitalt system.

Riskerna på vårt huvudkontor omfattar hälsorisker relaterade till dålig ergonomi, distansarbete, dålig belysning, dålig ventilation samt stress.

Säkerheten för personalen vid våra lager är avgörande för verksamheten, och vi har en nollvision för arbetsrelaterade skador. Arbetsmiljöriskerna omfattar fysiska risker främst i hanteringen av produkter men även psykosociala risker som stress och repetitiva



arbetsuppgifter. De vanligaste arbetsskadorna är axel- och ryggsmärtor från repetitivt arbete och tunga lyft. För att förebygga den höga risken för arbetsrelaterade tillbud utför vi frekventa riskanalyser, vilket bland annat innebär att nya rutiner och processer införs. Fem tillbud eller mindre olyckor rapporterades under 2021, jämfört med tre under föregående år. Den huvudsakliga anledningen till det ökade antalet är troligtvis att medarbetarna har en större medvetenhet och förståelse för hur viktigt det är att rapportera tillbud och olyckor.

Vi arbetar med flera olika hälsofrämjande aktiviteter för att skapa en hälsosam arbetsplats och minska sjukfrånvaron. Under 2021 introducerades bland annat en sömncykelapp som bidrar till bättre hälsa genom bättre sömn. Alla medarbetare har under året genomgått en ergonomikurs och vi erbjuder till exempel massage under arbetstid.

År 2021 var frånvaron 7,1% (6,7%) på våra distributionscentraler och 3,6% (6,0%) på vårt huvudkontor, vilket totalt är något lägre än 2020. Vi är medvetna om att 2021 års frånvaronivå har påverkats av covid-19-pandemin.

#### Tillbudshantering

Vi inser vikten av en säker och hälsosam arbetsmiljö med friska medarbetare. Vår personalpolicy omfattar arbetsmiljö och arbetssäkerhet samt medarbetarnas välbefinnande. Vi utför fortlöpande riskbedömningar i syfte att kultivera och bibehålla en säker arbetsmiljö. Vi stöder, som sagt, föreningsfriheten för alla medarbetare och har tecknat kollektivavtal för alla anställda.

#### Månatliga enkäter

Engagemang och arbetsmiljöfrågor följs upp genom månatliga enkäter som bland annat mäter medarbetarnas *Net Promotor*-poäng. Detta är en viktig kanal för tidiga signaler om behov av åtgärder. Vi slutade året med en eNPS-poäng på 44 vilket ligger i linje med vårt mål men är lägre än resultatet för 2020. Vi har identifierat orsakerna bakom denna minskning och utarbetat en handlingsplan för att se till att resultatet i fortsättningen utvecklas i linje med våra förväntningar.

#### Visselblåsarsystem

Vi vill främja ett öppet affärsklimat och en god affäretik. Anställda kan anonymt anmäla missförhållanden eller farhågor genom företagets tredjepartssystem för visseblåsare. Under 2021 har inga anmälningar tagits emot.

#### 3. Kultur och kollegor

Mångfald bidrar till en organisation med många olika synsätt och perspektiv. Detta ger ett bättre beslutsfattande, mer innovation och bättre affärsresultat. För att kunna möta de olika behov som finns hos kunder och leverantörer, och för att tillhandahålla service i världsklass, vilket i sin tur kräver hög grad av motivation och engagemang hos varje medarbetare, har vi gjort mångfald och inkludering till en del av vår kultur. Målmedvetet skapar vi en inkluderande kultur där människor, oavsett kön och etnicitet, kan känna en

stark tillhörighet och psykisk trygghet. Det gör att vi alla har möjlighet att göra vår röst hörd och bidra till organisationens och bolagets långsiktiga framgång. Vi är väldigt stolta över att vara ett team på knappt 100 medarbetare med rötter från mer än 30 länder.

#### 4. Kompensation och förmåner

Vi ersätter våra medarbetare på vårt kontor utifrån en individuell kompensationsmodell som är länkad till feedback- och utvecklingsprocessen. Våra kollektivanställda kompenseras utifrån gällande kollektivavtal. Den individuella compensationen bestäms för varje medarbetare med hänsyn till RugVistas formulerade lönekriterier. Genom dessa övergripande lönekriterier vill vi tydliggöra förväntningar på roll och prestation, vad som värderas vid lönesättning samt hålla de gemensamma värderingarna levande i hela bolaget. Kriterierna utgör ett stöd till ledare och medarbetare i dialogen om lön och är ett verktyg för att våra ledare ska kunna göra en saklig bedömning av medarbetarnas resultat, prestation och engagemang.

I kompensationsmodellen ingår även ett brett förmånspaket som ska underlätta för våra medarbetare att ha en hållbar livsstil. Vi tror att våra medarbetares välbefinnande på arbetsplatsen är grundläggande för att de ska trivas och utvecklas med oss och därför satsar vi på hälsofrämjande aktiviteter såsom massage under arbetstid, gratis yoga och ett generöst friskvårdsbidrag.

Vi erbjuder en mängd övriga förmåner, här följer några exempel:

- Rabatter på till exempel gym, massage, underhållning och shopping
- Tjänstepensionsplan
- Digital placeringsrådgivning
- Pensionspara extra via lönevaxling
- Flexibla arbetslösningar (beroende på roll)

Under covid-19 pandemin har många medarbetare arbetat hemifrån vilket har visat sig fungera bra. Under 2021 introducerade vi konceptet "hybrid working" som erbjuder medarbetare som har möjlighet att arbeta både hemifrån och på kontoret. Denna förmån bidrar till bättre work-life balance och flexibilitet.

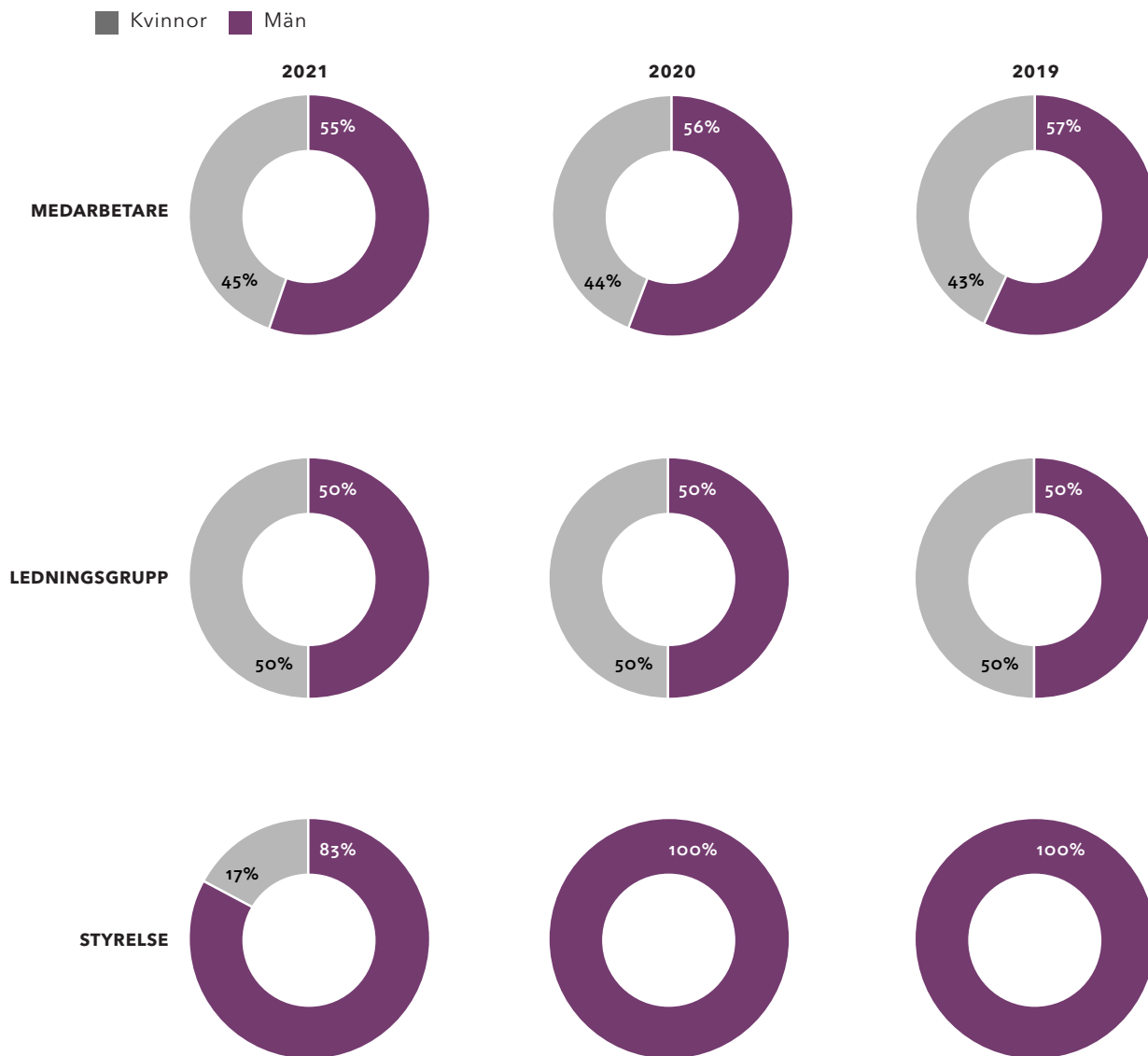
RugVista är medlemmar i Svensk Handel och har tecknat kollektivavtal med Handelsanställdas Förbund och Unionen.

*"Målet är att fortsätta skapa en inkluderande kultur med samverkan, respekt, nytänkande och ständig utveckling. Utifrån vår medarbetarvision, att attrahera, motivera och behålla extraordinära individer, ska RugVista vara en attraktiv arbetsgivare som erbjuder potentiella och befintliga medarbetare en mångkulturell arbetsplats i världsklass."*

**PATRICIA RAJKOVIC WIDGREN**  
Chief Organization & Sustainability Officer

## KÖNSFÖRDELNING

Genomsnittligt antal medarbetare under 2021 var 82 (69). Av dessa var 45% kvinnor och 55% män. I ledningsgruppen var motsvarande siffra 50% kvinnor respektive 50% män. Dessa är väsentliga nyckeltal för oss då mångfald är en hörnsten i vårt företag och vår kultur, där en välbalanserad könsfördelning på alla nivåer är av ytterst vikt för att uppnå bästa resultat.



### FOKUS: NYCKELTAL FÖR DEN EGNA ORGANISATIONEN

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
Utbildningstimmar per anställd	16	12	15	6,8
Sjukfrånvaro på lager	3%	4%	7,1%	6,7%
Sjukfrånvaro på kontor	3%	3%	3,6%	6,0%
Personalomsättning (%)	10-20%	10-20%	11%	n/a
Arbets skador	0	0	5	3

### Inverkan av covid-19

Riktlinjerna för medarbetarna på vårt huvudkontor har varit att i möjligaste mån arbeta på distans, och RugVista har implementerat digitala kommunikationsplattformar för att möjliggöra detta. Vi är medvetna om risken för isolering och distansarbetets negativa inverkan på den psykiska hälsan och har uppmanat alla chefer att införa rutiner för att säkerställa att delaktighet i arbetsgrupperna. Exempelvis hålls regelbundna återkopplingsmöten om arbetsrelaterade frågor liksom inkludering genom digitala sociala aktiviteter.

På våra lager och vissa delar av kontoret har medarbetarna arbetat på plats varje dag. För att garantera en säker arbetsmiljö har vi utfört extra städning och tillhandahållit desinfektionsmedel i alla rum samt munskydd. Raster och pausrum har anpassats för att säkerställa social distansering. Vi har i perioder när smittan varit som högst uppmanat alla att bära munskydd och i möjligaste mån hålla ett avstånd på minst 2 meter.

För att säkerställa en kontinuerlig företagshälsövård och stöd till våra medarbetare, har så långt det varit möjligt besök hos vår företagshälsövård bokats om till distansbesök.

När ett bekräftat fall av covid-19 har rapporterats agerar vi i enlighet med folkhälsomyndighetens rekommendationer. Myndigheten rekommenderar att alla över 12 år ska vaccinera sig, och för att underlätta detta har vi gett alla medarbetare möjlighet att vaccinera sig på betald arbetstid.

### HUVUDFOKUS FÖR 2022 - PEOPLE

För att säkerställa att RugVista som bolag har positiv inverkan på de som berörs av vår verksamhet samt fortsätta arbetet med att bli regionens bästa arbetsgivare kommer vi ha följande huvudfokus under 2022:

- alla nya leverantörer undertecknar uppförandekoden och omfattas av revisionssystemet innan orderläggning. På kan RugVista säkerställa att alla leverantörer åtminstone uppfyller uppförandekodens minimikrav.
- i samarbete med branschinitiativen amfori BSCI och Label STEP och med Kemikaliegruppen bygga upp leverantörernas förmåga att arbeta i enlighet med bästa praxis för sociala och miljömässiga frågor. Programmen omfattar ledningssystem, långsiktig resultatutveckling, bästa praxis och utbildning. Detta ger en djupare inblick i leverantörens verksamhet och bidrar till fortsatta förbättring genom regelbundna revisioner, grundorsaksanalyser och fortlöpande förbättringsarbete.
- alla överträdelser av RugVistas uppförandekod och policyer blir utredda. En överträdelse kan leda till att affärsrelationen avslutas.
- säkerställa att den utvecklade processen för feedback, kompetensutveckling och kompensationsimplementering i hela organisationen.
- medarbetarundersökningar såsom eNPS samt organisatoriska och sociala arbetsmiljöundersökningar genomförs och följs upp på regelbundet.
- vi systematiskt arbetar mot en nollvision för hälsa och säkerhet genom att främja en god och inkluderande arbetsmiljö samt förebygga arbetsrelaterade skador.





# LEAD.CHANGE FOKUSOMRÅDE BUSINESS

**ATT VARA ETT** ansvarsfullt företag är vår grund. Vår uppförandekod och våra riktlinjer syftar till att etablera en medvetenhet om vikten av regelefterlevnad hos alla våra medarbetare och samarbetspartners.

MÅLSÄTTNING	MÅL		RESULTAT	
	2030	2025	2021	2020
Undertecknat uppförandekoden för leverantörer	100%	100%	100%	100%
Kartlagda leverantörer i tier 2 (i procent av RugVistas inköpsvärde)	100%	100%	72%	0%
Antal rapporterade korruptionsincidenter	Identifiera alla incidenter	Identifiera alla incidenter	0	0

## UPPRÄTTHÅLLA EN GOD BOLAGSSTYRNING OCH AFFÄRSETIK

### Uppförandekod och andra policyer

RugVistas uppförandekoder, policydokument och övriga riktlinjer ligger till grund för företagets hållbarhetsarbete och därmed förknippade risker. Policyer och riktlinjer revideras en gång om året.

Policydokument och riktlinjer för hållbarhet omfattar:

- RugVistas uppförandekod för medarbetare
- RugVistas uppförandekod för leverantörer
- Personalpolicy
- Policy för hantering av medarbetarnas personuppgifter
- Policy för hantering av personuppgifter
- Ägardirektiv

### Efterlevnad av regler och bestämmelser

Efterlevnaden av regler och bestämmelser är nödvändig för RugVista och det bästa sättet att förhindra att verksamheten används för korruption och bedrägeri.

RugVista kräver att bolagets styrelse, ledning samtliga medarbetare följer RugVistas uppförandekod, policyer, riktlinjer samt tillämplig lagstiftning och andra relevanta regler såsom GDPR, myndighetsföreskrifter och branschregler.

Alla anställda måste underteckna företagets uppförandekod och personalpolicy i samband med anställning och det är obligatoriskt för alla leverantörer att underteckna uppförandekoden för leverantörer.

### Förebyggande av korruption

Korruption är en risk i de regioner där RugVistas leverantörer har sin verksamhet. Ett etiskt handlande,

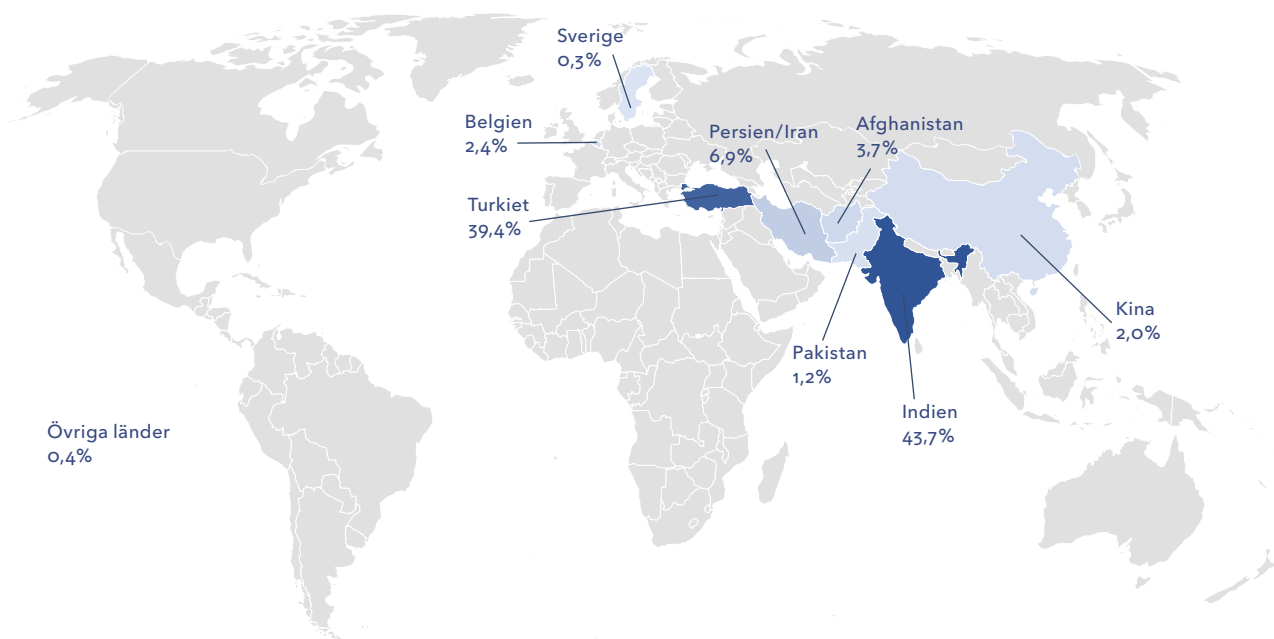
med respekt och integritet, är en grundregel inom bolaget och ingår i våra värderingar. Vår personalpolicy och våra uppförandekoder beskriver vilka förväntningar som finns på medarbetare och leverantörer och att vi har nolltolerans för alla former av korruption. Under 2020 genomfördes utbildning för att nyckelpersoner i bolaget och under 2022 kommer en uppdaterad utbildning att ske.

#### Kontinuerlig utveckling av leverantörskedjan

Transparens inom leverantörskedjan är mer än att veta var i världen våra mattor produceras - det är att vi vet vilka leverantörerna är, vilka deras underleverantörer är, hur de arbetar och hur vi bäst kan stötta dem i att arbeta på ett ansvarsfullt och effektivt sätt.

Vårt nätverk av leverantörer och tillverkare sträcker sig över flera länder och omfattar ett 20-tal leverantörer, huvudsakligen belägna i Asien och Europa. Vårt fokus är att bygga långsiktiga relationer med nyckelpartners i leverantörskedjan, där vi tillsammans utvecklar framgångsrika och hållbara affärer.

Innan vi inleder en relation med en potentiell ny leverantör gör vi en bedömning för att identifiera och agera på upptäckta potentiella risker för mänskliga rättigheter samt miljörisker. Under onboarding-fasen kräver vi att våra leverantörers redovisar vilka produktionsanläggningar de har. Under 2021 utökade vi detta till att omfatta även underleverantörer, så kallade tier 2. (Se *bedömningscykel för leverantörskedjan på sidan 53*). Vårt långsiktiga mål är en helt transparent leverantörskedja.



#### URSPRUNGLAND PÅ MATTOR I LAGER SLUTET AV 2021

83% av de mattor som lagras på våra lager är tillverkade i Indien och Turkiet. Mattor tillverkade i Persien, Afghanistan, Kina, Belgien och Pakistan köps in från europeiska grossister. Alla produktionsanläggningar omfattas av våra revisionsystem; amfori BSCI eller Label STEP.

#### HUVUDFOKUS FÖR 2022 - BUSINESS

Vårt långsiktiga fokus är att bibehålla en god förvaltning och en ansvarsfull affärspraxis. För 2022 innebär detta följande huvudfokus:

- Fortsätta att mappa våra underleverantörer och deras leverantörer.
- Säkerställa implementeringen av vår/ amfori BSCIs uppförandekod för våra underleverantörer.
- Bättre upptäckt av korruption, exempelvis genom införandet av vårt nya externa visselblåsarsystem.
- Anti-korruption utbildning av nyckelpersoner.
- Engagera våra nuvarande och potentiella investerare i våra hållbarhetsambitioner och framsteg.

## HÅLLBARHETSRIKES

Mattbranschen är global och påverkar många människor i alla delar av vår värdekedja. Vid sidan av de stora möjligheterna finns det också betydande risker och ansvar som behövs för att skydda vår verksamhet och de människor vi kommer i kontakt med. Vårt arbete är inriktat på att identifiera de viktigaste hållbarhetsrisker som gäller mattbranschen. Dessa går igenom regelbundet, och vi identifierar vilka system, metoder och kontroller som redan finns eller som behöver införas för att minimera riskernas eventuella följdverkningar.

Några av de identifierade riskerna är relaterade till arbetshälsa, säkerhet och korruption inom leverantörskedjan, övriga lokala risker för mänskliga rättigheter som identifieras i enlighet med FN:s vägledande principer för företag och mänskliga rättigheter samt bolagets klimatpåverkan.

De flesta av riskerna kan hanteras genom interna rutiner och kontroller medan vissa risker är mer utmanande och komplexa, för att de är politiska, kulturella eller kräver djupgående förändringar av hela branschen. Vi ser långsiktiga partnerskap och samarbeten med leverantörerna som viktiga nycklar till att minska dessa risker.

Dessa är några av de viktigaste hållbarhetsrisker som vi identifierat:

### ÖVERTRÄDELSE AV GRUNDLÄGGANDE ARBETARRÄTTIGHETER

**Risk:** Genom hela leverantörskedjan, i de flesta av våra produktionsländer, finns risk för överträdelser av grundläggande arbetsrelaterade rättigheter. Dessa överträdelser gäller huvudsakligen rätten till föreningsfrihet och kollektiva förhandlingar, alltför mycket övertid, ohälsosam och osäker arbetsmiljö, barnarbete samt olagliga och osäkra anställningar. Problemen varierar beroende på produktionsland. Medan risken för alltför mycket övertid och olagliga arbetstagare exempelvis är högre i Turkiet, är risken för osäker arbetsmiljö högre i Indien. Risken för barnarbete i vår leverantörskedja bedöms inte längre vara

stor, och inga sådana fall har rapporterats hos våra leverantörer under det senaste året. Detta är ändå en avgörande punkt och räknas som en nolltoleransöverträdelse ifall den upptäcks.

**Riskreduceringsplan:** Vår uppförandekod för affärspartners omfattar alla de grundläggande arbetsrättigheter som nämndes ovan. Vi hanterar dessa risker genom vårt externa revisionssystem och genom att göra regelbundna uppföljningar med avseende på uppförandekoden. I detta ingår att ta reda på om det finns en väl fungerande klagomålsmekanism hos våra leverantörer. När det gäller fynd eller problem som identifieras genom revisionerna, samarbetar vi med våra leverantörer, antingen direkt eller genom ideella organisationer, för att göra upp en avhjälpandeplan som vi följer upp för att säkerställa att framsteg görs. Även om vissa av dessa risker, såvitt vi vet, inte har realiserats har vi genom våra riskbegränsande insatser kunnat identifiera problem och tillsammans med leverantören förbättra produktionsförhållandena och miljön, till exempel genom att minska antalet övertidstimmar hos leverantörer i Turkiet.

### KLIMATFÖRÄNDRINGAR

**Risk:** Ökade temperaturer, översvämningar och torra är allvarliga exempel på klimatförändringar som påverkar vår planet. Dessa har både omedelbara, ödesdigra och enorma socioekonomiska konsekvenser för samhället, men påverkar också planetens överlevnad på lång sikt. Textilberedning har en betydande miljöpåverkan, till exempel för att förbrukningen av vatten, kemikalier och energi är hög under hela processen. Utan ett riktigt förebyggande arbete uppstår en svår miljöpåverkan. Vi som bolag är beroende av en väl fungerande leveranskedja, och klimatförändringarna riskerar att också att störa vår produktion. Klimatförändringarna påverkar alla delar av världen, men vissa länder och regioner löper högre risk, exempelvis Indien och Pakistan. Det är också länder som vi köper från.



**Riskreduceringsplan:** Vi har dubbla fokus för att hantera denna risk. En grundbult i vår hållbarhetsstrategi är att minska vår miljöpåverkan. Under 2021 har vi förbundet oss till initiativet *Science Based Targets* som ytterligare ett steg för att påskynda arbetet med att minska vårt klimatavtryck. Eftersom klimatförändringarna är ett globalt problem kommer vårt eget arbete dessvärre inte att var nog för att motverka risken för klimatrelaterade störningar i leveranskedjan. Därför ser vi också hela tiden över vårt beroende av olika regioner och länder och utvecklar, med ledning av detta, strategier för att sprida risken

#### RESURSBRIST

**Risk:** För närvarande utgör den dominerande linjära produktionsmodell som vi förlitar oss på ett stort hot i och med den ökande utarmningen av världens naturresurser. Detta innebär en förlust av biologisk mångfald vilket har en negativ inverkan på klimatet och leder till livsmedelsbrist vilket förväntas ha stor inverkan på världens BNP. Med en affärsmodell som för närvarande förlitar sig främst på nya råvaror kan konsekvenserna bli kännbara om de inte hanteras.

**Riskreduceringsplan:** En av hörnstenarna i RugVistas hållbarhetsstrategi är att utveckla och hela tiden öka affärsmodellens cirkulära element. Detta kommer att göra det möjligt för oss att bidra till en positiv utveckling för världen, men också att på ett bättre sätt frigöra vår ekonomiska prestation från användningen av nytt råmaterial så att vi får motståndskraft inför framtiden. Resultatet är beroende av vår framgång i arbetet med att implementera hållbarhetsstrategin och vår förmåga att utveckla ett ännu hållbarare kunderbjudande.

#### PRODUKTSÄKERHET

**Risk:** Kunderna måste kunna lita på produktsäkerheten vid användning av våra mattor. Vi har identifierat att den största produktsäkerhetsrisken för mattor är relaterad till produktens kemikalieinnehåll.

**Riskreduceringsplan:** Samtliga våra leverantörer måste underteckna en skriftlig överenskommelse att följa Kemikaliegruppens kemikalierestriktionslista som följer EU-lagstiftning (REACH, BPR och EU:s avfallslagstiftning) och den internationella kemikalielagstiftningen (POPS). Kemiska analyser utförs regelbundet av leverantörerna liksom av RugVista.

#### OETISKT AFFÄRSBETEENDE

**Risk:** Produktion i utvecklingsländer med utbredd fattigdom och instabila politiska situationer medför också en korruptionsrisk. Korruptionen kan yttra sig på olika sätt genom leverantörskedjan, till exempel i form av mutor.

**Riskreduceringsplan:** Vår uppförandekod har nolltolerans mot alla typer av korruption och vi reviderar regelbundet leverantörerna gentemot koden. I detta ingår att ta reda på om det finns en väl fungerande klagomålsmekanism hos våra leverantörer. Under 2022 tar vi ännu ett steg genom att införa en global visselblåsarkanal som även kan användas av personer i vår leveranskedja för att meddela RugVista direkt om det finns anledning att misstänka till exempel oetiskt affärsbeteende i RugVistas leverantörskedja.

#### POLITISK OCH SOCIAL INSTABILITET PÅ PRODUKTIONS- OCH FÖRSÖRJNINGSMARKNADERN

**Risk:** RugVista erbjuder mattor som tillverkas i flera länder, varav några klassificeras som högriskländer i vissa klassificeringssystem för landsrisker. Osäkerhet i geopolitik och handel ha en betydande inverkan på vår verksamhet. Detta kan gälla handelsrestriktioner, krig och ökade skyddsåtgärder för nationella säkerhetsändamål. Dessa situationer kan ibland uppstå hastigt eller utvecklas över tid. Det senaste exemplet som potentiellt kan påverka RugVista är den aktuella situationen i Afghanistan.

**Riskreduceringsplan:** Det är av högsta vikt att vi hela tiden håller ögonen på utvecklingen i våra produktions- och inköpsländer och har processer på plats för att upprätthålla en säker produktion i osäkra situationer. Genom vårt samarbete med Label STEP, som har närvaro och väletablerade nätverk i högriskländer, kan vi fortsätta att bedriva verksamhet enligt våra höga standarder och säkerställa efterlevnaden av vår uppförandekod så länge situationen tillåter, både ur ett juridiskt och etiskt perspektiv men också med avseende på säkerhetsläget. Att bedriva verksamhet också i högriskländer ser vi som en möjlighet att ha en positiv inverkan på utvecklingen. För närvarande åstadkommer vi detta både genom kapacitetsuppbyggnad med våra leverantörer och genom att bidra till utbildningsprogram för vävare i dessa länder i samarbete med organisationer som Label STEP. En annan viktig åtgärd för att minska denna risk är att sprida ut produktionen på olika länder och leverantörer.

## SAMARBETEN

**EFTERSOM VI SOM** bolag har en vision, att leda mattindustrin mot en hållbar framtid, är samarbete och partnerskap en viktig del av vår hållbarhetsstrategi.

Vi behöver en mångfald av perspektiv för att utveckla nya lösningar på de hållbarhetsutmaningar vi står inför. Var och en som deltar i ett samarbete för med sig unik expertis, kompetens och resurser, och när ett sådant samarbete organiseras väl kan det ha en stor potential att ta itu med systemutmaningar. Det är därför vi bygger partnerskap med ideella organisationer och andra intressenter som gör det möjligt för oss att höja ribban bortom organisatoriska gränser och bidra till en hållbar utveckling inom mattbranschen.

### AMFORI BSCI

RugVista är medlemmar i amfori BSCI, ett världsomfattande initiativ för företag som vill förbättra arbetsförhållandena i den globala leverantörskedjan. BSCI sammanför fler än 2400 företag kring en gemensam uppförandekod, och deras främsta uppgift är att stödja nätverket i arbetet med att skapa hållbara och etiska leverantörskedjor.

### LABEL STEP

För att kunna hantera komplexiteten kring revisioner av mattor vävda och knutna av hemvävare är RugVista sedan 2019 en certifierad Label STEP Fair Trade-partner. Label STEP är en ideell organisation som engagerar sig i mattvävares levnadsvillkor och välmående inom industrin för handgjorda mattor. Label STEP verkar aktivt för långsiktiga förbättringar i mattindustrin samtidigt som de ger mattvävare möjlighet till utbildning inom mänskliga rättigheter, hälsa och säkerhet samt ekonomi.

### CARE & FAIR

Sedan 2018 har vi ett nära samarbete med Care & Fair, en ideell organisation som syftar till att möjliggöra regelbunden skolgång för mattknytares barn, ge kvinnor möjlighet att lära sig läsa och skriva samt tillhandahålla gratis sjukvård till hela familjen. För

närvarande driver Care & Fair 10 skolor, 6 centrum för vuxenutbildning och 3 vårdcentraler i Indien och Pakistan.

### FN:S GLOBAL COMPACT INITIATIV

Vi har varit medlemmar i FN:s Global Compact-initiativ (UNGC) sedan 2020. UNGC är ett strategiskt policyinitiativ för företag som vill anpassa sin verksamhet och sina strategier till 10 allmänt vedertagna principer inom mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och korruptionsbekämpning. Vår uppförandekod omfattar UNGC:s tio principer, och vi gestaltar de grundläggande begreppen rättvisa, öppenhet och respekt för människor och den miljö som berörs av vår verksamhet.

### RISE KEMIKALIEGRUPPEN

Sedan 2019 har vi varit medlemmar i Kemikaliegruppen, en del Sveriges forskningsinstitut (RISE). Det är en plattform för kunskap om kemikalier i textilproduktionskedjan och kommunikation av kemikaliekrav till våra leverantörer. Genom samarbete med RISE Kemikaliegruppen försöker vi hålla oss uppdaterade om lagstiftning och föreskrifter som rör kemikalier.

### GIAB

Vi har sedan 2018 ett samarbete med GIAB, vars affärsidé bygger på återförsäljning av överblivna eller defekta produkter till konsumenter. Hit skickar vi mattor som är defekta eller som inte klarar våra högt ställda kvalitetskrav. På så sätt kommer mattorna till användning hos GIAB:s kunder i stället för att destrueras.

### SVENSK HANDEL

RugVista är medlemmar i Svensk Handel, den arbetsgivarorganisation som betjänar hela handelssektorn. Förbundet företräder handelsföretag i frågor som rör sysselsättning och ekonomisk politik. Svensk handel har till uppgift att skapa bästa möjliga villkor för både stora och små handelsföretag.

### SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVET (SBTI)

Initiativet *Science Based Targets* (SBTi) främjar ambitiösa klimatåtgärder inom den privata sektorn genom att göra det möjligt för företag att sätta vetenskapligt baserade klimatmål som är förenliga med målsättningarna i Parisavtalet. Under 2021 fick RugVista sina klimatmål godkända av *Science Based Targets initiativet*, vilket säkerställer att reduktionsmålen av växthusgaser är förenliga med de nivåer som krävs för att uppfylla Parisavtalets målsättningar.



Kontakta oss

**PATRICIA RAJKOVIC WIDGREN**  
*Chief Organization & Sustainability Officer*

**BEATRICE PERLMAN EWERT**  
*Sustainability Manager*

E-post: [sustainability@rugvista.se](mailto:sustainability@rugvista.se)



## REVISORNS YTTRANDE AVSEENDE DEN LAGSTADGADE HÅLLBARHETSRAPPORTEN

Till bolagsstämman i RugVista Group AB (publ),  
org.nr 559037-7882

### UPPDRAG OCH ANSVARSFÖRDELNING

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2021 på sidorna 27-67 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

### GRANSKNINGENS INRIKTNING OCH OMFATTNING

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 *Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten*. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i

Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

### UTTALANDE

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Malmö 8 april 2022  
Ernst & Young AB

---

**MARTIN HENRIKSSON**  
Auktoriserad revisor