

Hållbarhetsrapport

Verksamhetsår 2023-05-01–2024-04-30

Osama S AB

(559218-2710)

Ur & Penn AB

(556438-6950)

Rapportens innehåll

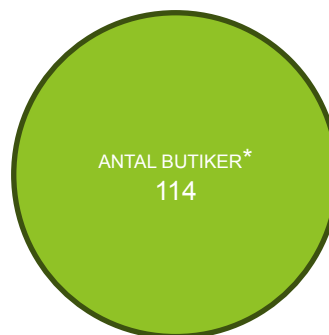
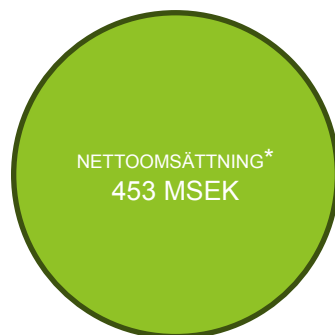
- ▶ Om Ur&Penn
- ▶ Affärsmodell
- ▶ Policy för hållbarhetsrapport
- ▶ Resultat av policyn som tillämpas i ovanstående punkter
- ▶ Väsentliga risker
- ▶ Hantering av riskerna
- ▶ Centrala resultatindikatorer som är relevanta för verksamheten

Om Ur&Penn

Ur&Penn grundades år 1943 av Erling Persson och är idag med över 110 butiker Skandinaviens ledande kedja inom klockor och modeaccessoarer.

År 2002 blev Ur&Penn uppköpt av Ayad Al Saffar, den före detta torghandlaren och familjefadern från Libanon. Det Ayad gjorde var att utveckla Ur&Penns strategi genom ett brett och prisvärt produktkoncept. Detta synsätt har lett till att vi nu är den enskilt största klock- och smyckeskedjan på den nordiska marknaden, vilket vi också planerar att fortsätta att vara. Som det entreprenörsföretag vi är så är visionen att vara förstahandsvalet för alla som vill smycka och uttrycka sin personlighet med accessoarer.

Vår idé och framgångskoncept är att revolutionera en mycket konservativ industri genom design och marknadsföring av egna varumärken till revolutionerande priser. Vid sidan av att skapa fantastiska accessoarer är det inbyggt i vårt DNA att göra skillnad för de mest utsatta. Vi vill bygga ett företag som lämnar världen lite bättre.



* 1 maj 2023- 30 april 2024

** Per 30 april 2024. Fysiska butiker samt e-handel

Affärsmodell

► Affärsmodell

- Att med hjälp av egenägda butiker på strategiska marknadsplatser möta kunder med syfte att erbjuda mervärde i form av produkter och kvalitativa tjänster. Med ett stort engagemang fokuserar vi på det vi kan påverka och ser vår personal som vår största styrka.
- Mervärde för kunderna skapas genom att erbjuda varor och tjänster med god kvalitet och till lågt pris.
- Försäljningen sker till konsument via våra butiker och vår näthandel.
- Varorna köps av leverantörer främst i Sydostasien men även till viss del i Europa.
- Varorna transporteras till vårt centrallager i Upplands Väsby med hjälp av båt, flyg och lastbil. Därefter fraktas varorna med hjälp av extern leverantör till våra butiker.



Policy för hållbarhetsrapport

- ▶ Hållbarhetsrapporten ska på ett trovärdigt och transparent sätt redovisa företagets ansvar och strävan i frågor rörande:
 - ▶ Miljö
 - ▶ Sociala förhållanden och personal
 - ▶ Respekt för mänskliga rättigheter
 - ▶ Motverkande av korruption

Miljö

- ▶ Inget samlat dokument är upprättat som heltäckande hanterar alla miljöfrågor inom företaget. Beslut finns i företagsledningen att miljöaspekten alltid ska prioriteras i vårt arbete.
- ▶ De dokument som främst reglerar miljöfrågan kopplat till vår försäljning av varor är de leverantörsavtal som är tecknade med respektive leverantör. Dessa avtal innehåller krav samt ett reglemente för uppföljning. Leverantörer som inte kan leva upp till våra krav väljs bort. Vi jobbar för att ha signerade avtal med samtliga av våra varuleverantörer inklusive vår code of conduct
- ▶ Instruktioner finns också om hur miljöfarligt avfall i form av batterier samt andra produkter som innehåller skadliga och miljöfarliga ämnen ska hanteras inom organisationen. Dessa instruktioner finns både i våra butiker och hos de urmakare vilka jobbar centralt inom organisationen. Batterier och annat miljöpåverkande avfall kopplat till våra produkter/tjänster samlas in och återvinns med hjälp av miljöcertifierade leverantörer. Instruktionerna finns dokumenterade i vår butikshandbok och på vårt intranät.
- ▶ Samtliga butiker i Sverige drivs av förnybar el
- ▶ Vad gäller övriga leverantörer ska alltid miljövänliga alternativ väljas om det tillhandahålls och är rimligt.

Sociala förhållanden och personal

▶ Arbetsklimat

- ▶ Med start 2024 gör vi regelbundna pulsundersökningar kvartalsvis för att mäta och följa upp arbetsklimatet och arbetssituation på våra arbetsplatser. Resultatet bryts ned på regionnivå och tilldelas ansvarig chef. Utifrån resultatet förväntas respektive chef informera sin organisation samt ta lämpliga åtgärder. Över tid kan vi på så sätt följa vilka områden som behöver insatser samt vilka områden vi presterar bra på. Vi kan även följa skiftningar i resultatet och på så sätt mäta hur andra åtgärder i organisationen påverkar resultatet, ex en omorganisation, förändringar i ledningsgrupp mm.
- ▶ Ett annat viktigt måttal för oss är sjukfrånvaro. Där jobbar vi aktivt för en mer detaljerad uppföljning.

▶ Ledarskap

- ▶ Vi arbetar ständigt med att ha ett gott ledarskap på våra arbetsplatser. Vi anser att goda förebilder inom organisationen är en nyckel för ett framgångsrikt och modernt företag.
- ▶ Tydliga övergripande mål vilka är definierade i affärsplanen är kommunicerade inom organisationen.
- ▶ Hur företaget lyckas med sina ekonomiska mål kommuniceras löpande till medarbetarna i olika forum.

▶ Medarbetare

- ▶ Företaget har en personalhandbok där en mängd punkter, regler och förhållanden är reglerade. Exempel på sådana punkter är:
 - ▶ Medarbetarsamtal
 - ▶ Företagets syn på mobbning, vilket inte tolereras.
 - ▶ Företagets syn på etiska och sociala förhållanden (Där det framhålls att det är talang och kompetens som är avgörande och inget annat)

Sociala förhållanden och personal forts.

- ▶ Jämställdhet
 - ▶ Vid rekrytering är vi måna om att det är kompetens och inget annat som är avgörande och jobbar alltid för lika lön för lika arbete. Under nästkommande räkenskapsår kommer vi göra en lönekartläggning.
- ▶ Socialt ansvar
 - ▶ Företaget avsätter en del av intäkterna vilka genereras via företagets kundklubb till välgörande ändamål. Företaget väljer från tid till annan en seriös organisation som verkar för att hjälpa folk i nöd oavsett, kön, etnicitet och religion. Mottagare av bidrag har under året varit Röda Korset.
- ▶ Code of conduct - leverantörer
- ▶ Företaget arbetar efter en Code of Conduct som krävställer företagets leverantörer. Kortfattat sammanfattas den:
 - ▶ Ur & Penn strävar efter social och miljömässig hållbarhet genom goda arbetsvillkor och respekt för mänskliga rättigheter hos sina leverantörer.
 - ▶ Leverantörer måste följa miljölagar och ansvarigt hantera avfall, samt acceptera oberoende inspektioner för att säkerställa efterlevnad.

Supplier Code of Conduct

- ▶ För att säkerställa att företaget lever upp till och inte stöttar länder och organisationer där mänskliga rättigheter inte respekteras, kommuniceras och regleras detta i leverantörsavtalen.
- ▶ Per sista april 2024 hade 23 % av våra varuleverantörer signerade avtal gällande UR & Penns leverantörscode of Conduct. Ett arbete pågår att få fler leverantörer att leva upp till kraven. Vår leverantörs code of conduct finns att läsa på förfrågan. I korthet innebär den:
 - ▶ **Socialt och miljömässigt ansvar:** Produktionen ska ske under hållbara och etiska förhållanden.
 - ▶ **Arbetarrätt och säkerhet:** Förbjudet med barnarbete, krav på rättvisa arbetsvillkor och säkerhet.
 - ▶ **Miljöansvar och uppföljning:** Efterlevnad av miljölagar kontrolleras genom regelbundna inspektioner.

Motverkande av korruption

- ▶ Företaget har upprättat ett dokument "Code of Conduct" som tydligt beskriver hur alla medarbetare inom företaget ska förhålla sig och agera för att motverka korruption.
- ▶ Visselblåsarfunktion
 - ▶ På vår hemsida finns möjlighet för våra medarbetare att rapportera om missförhållanden eller misstänkta bettenden som går utanför våra riktlinjer och policys, eller sådant som kan skada personer, miljön eller företaget.
<https://uropenn.se/whistleblowing/>
 - ▶ Det har inte inkommit något ärende under året.

Resultat av policys

▶ Miljö

- ▶ *Antal varuleverantörer med signerade avtal 23%*

▶ Sociala förhållanden och personal

- ▶ *NPS 23*

- ▶ *Sjukfrånvaro 2,66%*

- ▶ *Könsfördelning totalt antal medarbetare*

- ▶ *Kvinnor 95%*

- ▶ *Män 5%*

- ▶ *Könsfördelning ledning och styrelse*

- ▶ *Kvinnor 43%*

- ▶ *Män 57%*

▶ Respekt för mänskliga rättigheter

- ▶ *Antal varuleverantörer med signerade avtal 23%*

▶ Motverkande av korruption

- ▶ *0 antal rapporterade incidenter under perioden.*

Väsentliga risker

- ▶ **Affärsverksamhet**
 - ▶ Förlust av kunder
 - ▶ Brist på omvärldsinformation
 - ▶ Nya aktörer och nya försäljningssätt på marknaden
- ▶ **Arbetsklimat**
 - ▶ Otrivsel på arbetet som påverkar företagets prestation negativt
 - ▶ Stress som leder till ohälsa
- ▶ **Ledarskap**
 - ▶ Otydlighet i ledarskapet och organisationen som leder till suboptimeringar och felaktiga beslut
- ▶ **Medarbetare**
 - ▶ Otydlighet vad gäller företagets värderingar vilket gör att medarbetarna agerar på ett icke önskvärt sätt vilket kan leda till att varumärket skadas
- ▶ **Inre miljö**
 - ▶ Ohälsosam arbetsmiljö vilket leder till ohälsa och långa sjukskrivningar
- ▶ **Yttre miljö**
 - ▶ Förlust av kunder
 - ▶ Ohälsa hos medarbetare och kunder
- ▶ **Socialt ansvar**
 - ▶ Skadat varumärke
 - ▶ Ej attraktiv arbetsgivare
 - ▶ Bidragande till ej acceptabelt etiskt och socialt beteende

Hantering av risker

- ▶ Företaget arbetar ständigt med att identifiera risker och skapa motåtgärder för att minimera dessa.
- ▶ I affärsplanen används olika hjälpmedel för att hantera risker. En central punkt i affärsplanen är SWOT-analysen där aktiviteter kopplas till de identifierade hoten/riskerna.
- ▶ Företaget arbetar ständigt med att uppdatera, publicera och informera om olika typer av policys som är fastställda och eventuellt reviderade inom organisationen.
- ▶ Företaget genomför olika typer av mätningar vad gäller kund- och medarbetarnöjdhet.
- ▶ Ständigt i alla våra processer uppmäna och verka för att alla våra medarbetare ska vara uppmärksamma på nya företeelser i omvärlden.
- ▶ Företaget verkar för att det ska finnas klimat och kanaler för whistleblowers att framföra synpunkter, iakttagelser och annat som inverkar negativt på företaget och de värderingar företaget står för.