

Åpenhetsloven

Norwegian Transparency Act

Lyko Group 2024

Innledning

Lyko publiserer denne rapporten i samsvar med den norske Åpenhetsloven. Rapporten er en del av vårt engasjement for å bidra til en mer transparent og ansvarlig verdikjede. Her beskriver vi hvordan vi jobber for å respektere grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, samt våre innsikter om risikoer og forbedringsområder. Dette er en viktig del av vårt pågående arbeid med å utvikle og styrke vårt ansvar som selskap.

Om Lyko Group

Organisasjon

Lyko Group AB (publ) er et svensk selskap som fungerer som morselskap og holdingselskap for følgende datterselskaper:

- Lyko Online AB
- Lyko Sverige AB
- Lyko AS
- Lyko Oy
- Lyko Danmark ApS
- Lyko GmbH
- Lyko BV
- Lyko Sp. z o.o.
- Estelle & Thild AB
- Grazette of Sweden AB
- INZO Lars Bratt AB
- Lyko Brand AB
- Valley Beauty Brands AB
- Lyko New AB

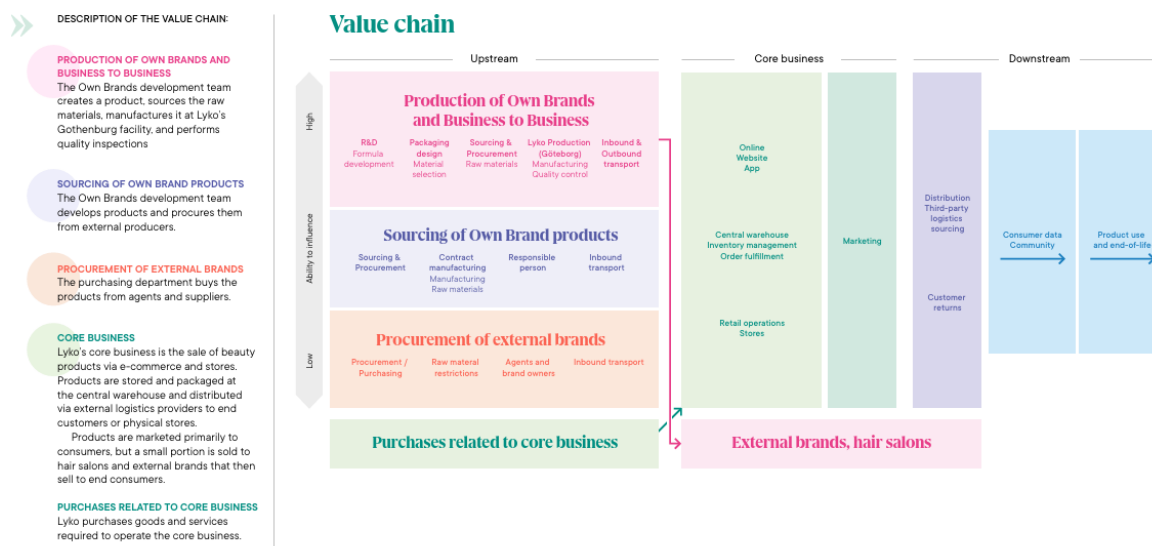
Lyko Groups hovedkontor ligger i Vansbro, Sverige, med tilleggskontorer i Stockholm og i våre øvrige salgsmarkeder.

Virksomhetsbeskrivelse

Lyko er en av Nordens ledende skjønnhetsspesialister med virksomhet i Sverige, Norge og Finland, samt e-handel i ytterligere fem europeiske markeder. Selskapet ble grunnlagt i 1952 som en frisørsalong i Vansbro, Sverige, og har siden vokst til et konsern med rundt 1 000 ansatte, 32 butikker og nettbasert salg.

Lyko tilbyr et av markedets bredeste sortimenter innen hårpleie, hudpleie, sminke og parfyme, med rundt 1 000 varemerker og over 65 000 produkter, inkludert 15 egne varemerker som utvikles og produseres av Lykos produksjonsvirksomhet i Göteborg og utvalgte samarbeidspartnere. I 2024 ble blant annet varemerket Reserol kjøpt opp, og det egenutviklede hudpleiemerket PLY Skin ble lansert.

Lykos ambisjon er å være en banebrytende aktør innen skjønnhetsbransjen ved å tilby innovative konsepter, inspirerende events og en helhetlig kundeopplevelse – både på nett og i butikk. Vår virksomhet er organisert i to segmenter: Norden, som står for cirka 91 prosent av salget, samt Europa.



Styring av bærekraft og ansvar for aktsomhetsarbeidet

Administrerende direktør har det overordnede ansvaret for bærekraftsarbeidet, som operativt ledes av bærekraftsansvarlig. Arbeidet omfatter både Lykos egen virksomhet og hele verdikjeden i tråd med Åpenhetsloven.

Bærekraftsansvarlig koordinerer aktsomhetsarbeidet, mens innkjøps- og Own Brands-funksjonene har ansvar for aktsomhetsvurderinger i leverandørleddet under ledelse av CPO og Head of Own and Exclusive Brands. I egen virksomhet skjer aktsomhetsarbeidet i tett samarbeid med HR og andre relevante funksjoner, med fokus på arbeidsmiljø, likebehandling og forretningsetikk.

Aktsomhet i egen virksomhet

Lyko jobber aktivt for å identifisere og håndtere potensielle negative konsekvenser for menneskerettigheter og anstendige arbeidsvilkår i egen virksomhet. Arbeidet omfatter arbeidsmiljø, likebehandling, ansvarlig kommunikasjon og tilgang til effektive varslingskanaler.

Arbeidsmiljø

Et trygt, inkluderende og utviklende arbeidsmiljø er en grunnpilar i Lykos bærekraftsarbeid. Vi jobber systematisk for å forebygge både fysiske og psykososiale arbeidsmiljørisikoer. På vårt lager roterer personalet mellom ulike arbeidsoppgaver for å redusere belastningsskader og skape variasjon i arbeidet. Ansatte får jevnlig opplæring i blant annet brannsikkerhet og førstehjelp. Ledere får egen arbeidsmiljøopplæring, og medarbeiderundersøkelser via Winningtemp gir innsikt som omsettes i konkrete forbedringstiltak. Fagforeningssamarbeid og verneombud har en sentral rolle i dette arbeidet.

Diskriminering

Lyko har nulltoleranse mot diskriminering og særbehandling. Vi har en plan for mangfold og inkludering samt rutiner mot trakassering, som følges ved rekruttering, kompetanseutvikling og i det daglige arbeidet. Alle ansatte skal ha like muligheter og oppleve respekt uavhengig av kjønn, alder, etnisitet, funksjonsvariasjon eller annen beskyttet egenskap. I løpet av året har vi styrket det systematiske arbeidet mot trakassering og planlegger en gjennomgang av våre interne retningslinjer for å ytterligere styrke innsatsen for sosial bærekraft.

For å sikre et trygt og transparent arbeidsmiljø har Lyko en varslingskanal der både ansatte og eksterne anonymt kan rapportere mistenkelige forhold, alvorlige misforhold eller atferd som bryter med våre verdier eller retningslinjer. Denne tjenesten håndteres av en ekstern aktør for å sikre integritet og uavhengighet.

Markedsføring

Lykos kommunikasjon og markedsføring skal være inkluderende, ærlig og fri for skadelige stereotypier. Vi bruker aldri modeller under 18 år i markedsføringen og har en bildepolicy som motvirker objektivisering og sikrer bred representasjon. For å beskytte unge har vi aldersgrense på 18 år for medlemskap i Lyko Club, og foresattes samtykke kreves for bruk av tjenester som Lyko AI Beauty Scan. Vi jobber aktivt for at markedsføringen av skjønnhetsprodukter ikke indirekte fremmer urealistiske idealer eller retter seg mot upassende målgrupper.

Menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i verdikjeden

Lyko jobber for å respektere og fremme grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i hele verdikjeden. Vi har etablert en Supplier Code of Conduct med tydelige krav til våre direkte leverandører (Tier 1), som inkluderer rettferdige arbeidsvilkår, organisasjonsfrihet, beskyttelse mot diskriminering og trakassering, et trygt og sunt arbeidsmiljø samt forbud mot barne- og tvangsarbeid. Vi følger prinsippene i FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (UNGP), ILOs kjernekonvensjoner og OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper.

I 2024 oppdaterte vi vår Supplier Code of Conduct for å tydeliggjøre våre forventninger til leverandører og sikre at kravene samsvarer med internasjonale standarder. Vi har satt et mål om at leverandører som står for 75 % av vårt innkjøpsvolum skal ha signert den oppdaterte koden senest innen utgangen av 2025. I mai 2025 hadde omtrent 60 % av vårt innkjøpsvolum blitt dekket av leverandører som har signert. Over 90 % av vårt totale innkjøpsvolum i 2025 kom fra leverandører basert i Skandinavia, noe som gjenspeiler vår sterke lokale forankring og bidrar til en relativt lav risikoprofil blant våre direkte forretningspartnere (Tier 1).

I leverandørledd lavere ned i kjeden (Tier 2 og 3), hvor risikoen for negativ påvirkning ofte er større – f.eks. ved utvinning av råvarer som palmeolje, mineraler eller andre innsatsfaktorer – er innsynet mer begrenset. Vi er bevisste på at arbeidsforholdene her kan være utfordrende, spesielt i geografiske områder med svake rettigheter. Derfor jobber vi for å styrke vår forståelse av disse risikoene gjennom økt intern kompetanse, innhenting av informasjon fra leverandører og bruk av relevante bransjeverktøy og rapporter til støtte for risikovurderinger.

I rapporteringsperioden har vi ikke identifisert alvorlige brudd hos våre direkte leverandører. Derimot har vi avdekket potensielle risikoområder, særlig i leverandørkjeder i høyrisikoland, som vi jobber videre med gjennom oppfølging, krav og dialog.

Langsiktige leverandørrelasjoner er en viktig grunnstein for å fremme bedre arbeidsvilkår. Lyko har etablert klage- og varslingskanaler, inkludert en varslingsjeneste som også er tilgjengelig for eksterne interessenter. Vi jobber kontinuerlig med å utvikle vår forståelse av situasjonen i verdikjeden, blant annet gjennom oppfølging av hendelser og risikoreporter, samt analyse av hvordan vi kan bidra til positive endringer. Vi planlegger også å styrke dialogen med leverandører for å fremme forbedringer i arbeidsvilkår og respekt for menneskerettigheter.

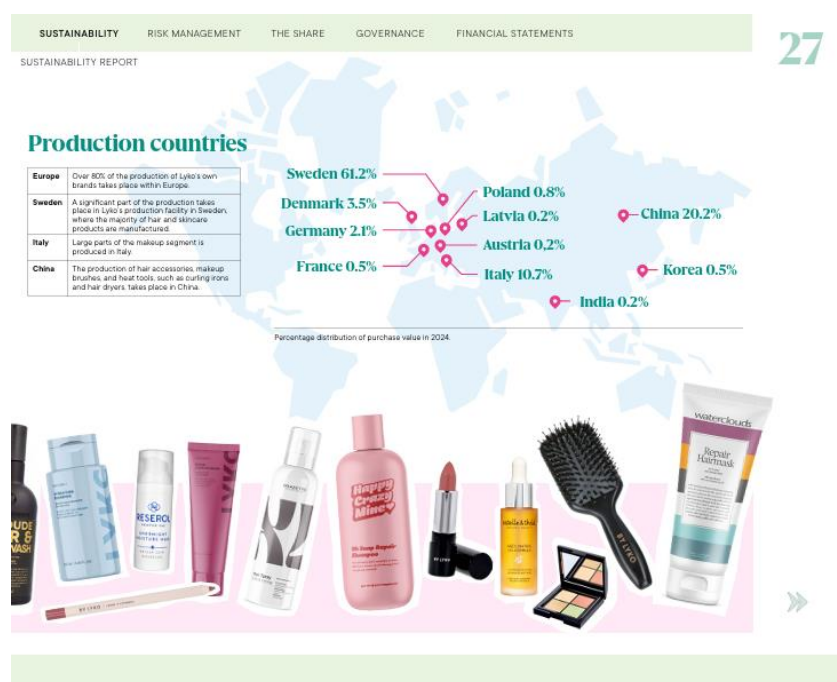
Risikohåndtering for egne varemerker

Lykos egne varemerker utgjør en liten del av den totale omsetningen, men det er her vi har størst mulighet til å påvirke bærekraft og ansvarlig produksjon. Ved å eie store deler av produksjonskjeden selv, kan vi stille høyere krav til arbeidsvilkår, materialvalg og miljøpåvirkning.

Over 80 % av produksjonen av egne varemerker skjer i Europa, hovedsakelig ved Lykos egen fabrikk utenfor Göteborg, Sverige. Her produseres størsteparten av hår- og hudpleieproduktene, noe som gir høy kontroll over produksjonsforholdene. I

tillegg til egen produksjon har Lyko strategiske samarbeid med nøye utvalgte leverandører i Italia (hvor en stor del av sminkeproduksjonen skjer) og Kina (for produksjon av hårtilbehør, sminkekoster og varmeverktøy). For leverandører i høyrisikoland som Kina krever vi tredjepartsrevisjoner og gjennomfører egne leverandørbesøk for å sikre gode arbeidsforhold.

I løpet av året har Lyko fortsatt arbeidet med å flytte produksjonen nærmere hjemmemarkedet. Deler av produksjonen er flyttet fra Asia til Sverige og Europa, noe som bidrar til å styrke leverandørkjeden, øke effektiviteten og reduserer kompleksitet. Lyko har også jobbet med å forbedre oppfølging og datakvalitet for egne varemerker, noe som gir bedre beslutningsgrunnlag for valg av leverandører, ingredienser og emballasje. Parallelt pågår utviklingen av en bærekraftspolicy for egne varemerker.



Framtidige fokusområder

I 2025 planlegger vi å styrke vårt aktsomhetsarbeid ytterligere gjennom dypere risikoanalyser, økt dekningsgrad for Supplier Code of Conduct og en policy for egne varemerker. Våre styringsdokumenter, inkludert Supplier Code of Conduct og andre relevante retningslinjer, er tilgjengelige på vår nettside og deles med alle relevante leverandører og partnere.

Lyko ser åpenhet som en grunnpilar i vårt bærekraftsarbeid, og vi vil fortsette å utvikle vårt aktsomhetsarbeid i tett dialog med leverandører og andre interessenter.

Kontaktinformasjon:

Ved spørsmål om hvordan Lyko Group jobber med Åpenhetsloven og menneskerettigheter i vår verdikjede, vennligst kontakt:

Annelie Källebo, Bærekraftsansvarlig

Annelie.kallebo@lyko.com