

HÅLLBARHETSREDOVISNING 2013

FUTURE
FRIENDLY
FASHION
BY
KappAhl



KappAhl

INNEHÅLL

Vd-ord	2
KappAhl's intressenter	4
Utmaningar längs vår värdekedja	6
Future Friendly Fashion	8
Hållbarhetsarbetet sammanfattat	
Avsnitt Future	10
Arbetet med miljöfrågor	
Avsnitt Friendly	14
Arbetet med socialt ansvar	
KappAhl i världen	18
Avsnitt Fashion	22
Arbetet med hållbart mode	
KappAhl's resa genom hållbarheten	28
GRI index	30

KORT OM KAPPAHL

KappAhl grundades 1953 och är en ledande modekedja med närmare 400 butiker och närmare 4 500 medarbetare i Sverige, Norge, Finland och Polen. KappAhl säljer prisvärt mode för många människor – kvinnor, män och barn – och riktar sig särskilt till kvinnor mitt i livet. Egna designers formger alla plagg, som produceras av noga utvalda leverantörer. KappAhl blev som första modekedja miljöcertifierad 1999 enligt ISO 14001. Under verksamhetsåret 2012/2013 var KappAhl's omsättning 4,8 miljarder kronor. KappAhl har sitt huvudkontor i Mölndal, Sverige, och är noterat på Nasdaq OMX Stockholm.

AFFÄRSIDÉ

KappAhl's affärsidé är ”Prisvärt mode för många människor” – kvinnor, män och barn.

VISION

”KappAhl ska bli en betydande modekedja i norra Europa.” Det är denna vision som driver KappAhl framåt. Allt som görs i vardagen ska i slutändan leda mot visionen. Varje insats, varje förändring, varje beslut.

HÅLLBARHETSVISION

”Vi agerar på ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt hållbart sätt och skapar mode med omtanke om vår planet i dag och för framtiden.”

KORT OM DENNA HÅLLBARHETSRAPPORT

Denna rapport beskriver vårt arbete kring centrala verksamhetsområden sett utifrån ett hållbarhetsperspektiv.

Vi arbetar sedan länge systematiskt med de mest centrala hållbarhetsfrågorna i vår bransch genom hela flödet: från framtagande av råvara till design, produktion, transport, butik och slutligen konsumtion och återanvändning samt återvinning. Rapporten omfattar, i de fall inget annat anges, insatser som gjorts under verksamhetsåret 2012/2013. Vi redovisar årligen vårt hållbarhetsarbete och vår förra rapport kom ut hösten 2012.

I ENLIGHET MED GRI G3 NIVÅ C

Redovisningen omfattar hela verksamheten och utgår från Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer för rapportering inom hållbar-

hetsområdet. Urvalet av innehåll baseras på vår hållbarhetsstrategi samt de frågor och synpunkter som kommit upp i dialogen med våra intressenter. KappAhl's CSR-rapport möter enligt egen bedömning kraven för redovisningsnivå C enligt GRI version G3 1, och närmar sig samtidigt GRI:s nya riktlinjer, G4, bland annat genom utförlig redovisning av vår värdekedja och vårt leverantörsled. För att helt ta steget över till G4 nästa år avser vi bland annat genomföra en grundligare väsentlighetsanalys.

STÖD AV TROSSA OCH SOLBERG

Ingen tredjepartsgranskning av redovisningen har genomförts. Trossa, som är ett konsultbolag inom hållbar utveckling, har dock bistått med en GRI-gapanalys mot tidigare hållbarhetsrapportering, samt med

genomgång och översiktlig bedömning av rapporten. Dessutom har Solberg Kommunikation, som är rådgivare inom strategisk kommunikation kopplat till bland annat hållbarhetsfrågor, bistått med stöd. Genom certifieringen mot ISO 14001 granskas KappAhl's miljöarbete grundligt.



Försäljningen har ökat med

3,6%

Förbättrat rörelseresultatet med

281%

Stärkt bruttomarginalen med

2,5

procentenheter



Minskat nettoskulden med

60,5%

I ÅR HAR KAPPAHL BLAND ANNAT ...

... nått ökad omsättning och lönsamhet samt minskat nettoskulden avsevärt, vilket bidragit till en stabil finansiell situation.

... varit en av initiativtagarna till SWAR, ett svenskt projekt för renare textilproduktion i Indien.

... signerat ett internationellt avtal för att skapa säkrare arbetsförhållanden för textilarbetare i Bangladesh. Totalt omfattas 1 600 fabriker och 2 miljoner arbetare.

... fått toppbetyg av medarbetarna igen, i genomsnitt 4,3 av 5 möjliga för verksamheten och arbetsplatsen i stort.

... genomfört totalt 396 uppföljningsbesök och 288 inspektioner hos våra 220 leverantörer.

... återigen blivit prisade för hög kvalitet i plaggen. Vi fick bland annat betyget ”Bäst i Test” för våra solskyddskläder av Testfakta.

... genomfört 1 500 tester i oberoende laboratorier för att minimera förekomsten av oönskad kemikalier i våra varor.

... fått fint betyg för hållbarhetsarbetet av medarbetarna i den årliga medarbetarenkäten. Betyget ökade till 4,4 (4,3) av totalt 5. Över hälften gav högsta betyg.

... offentliggjort våra leverantörers produktionsenheter.

*”Future Friendly Fashion
– omtanke om vår planet idag och för framtiden”*

”DÄRFÖR ARBETAR VI MED HÅLLBARHET”

Bäste läsare,

Jag vill inleda med att berätta varför jag och mina medarbetare på KappAhl tycker att hållbarhetsfrågor är så viktiga. För att kunna göra det krävs en tillbakablick.

EN ENKEL IDÉ OCH SUND KULTUR

KappAhl startade 1953 utifrån en till synes enkel idé, att fler, rentav alla, skulle ha råd med snyggt mode till ett bra pris. Så var det inte då. Men det lilla gänget i källarlokalen på Omvägen vågade bryta normen och gå i samma riktning som idén pekade. Och de gjorde det utifrån en sund företagskultur som skapade stor lojalitet.

TVÅ STORA SKILLNADER

Tack vare dem finns vi idag, i grunden besjälade med samma enkla idé, kultur och lojalitet gentemot våra kunder, företaget och alla andra som vi har relationer med.

Det finns dock två stora skillnader. Den ena är att vi agerar på en global marknad idag. Det innebär att vi behöver bygga globala relationer med leverantörer, arbetare och samhällen tusentals mil bort. Annars kan vi få svårt att vara långsiktigt framgångsrika.

För att lyckas bygga långsiktiga relationer på geografiskt avlägsna platser krävs engagemang i konkreta förbättringar på plats, och visa att vi inte tolererar raskatastrofer i fabriker med tusentals arbetare, barnarbete och farliga kemikalier i produktionen. Men även att vi vill bidra till att fattiga kvinnor i slummen kan få utbildning och den frihet som ett arbete innebär, vilket vi gör i Bangladesh och som du kan läsa mer om i denna rapport. Först då vinner vi stort förtroende.

Den andra stora skillnaden är att den ekonomiska tillväxt vi sett sedan 1950-talet har varit enorm.

I många avseenden har det varit positivt. Flera nationer som bar etiketten utvecklingsland för bara några decennier sedan hör idag till de rikaste i världen.

Detsamma kommer att ske med många av dagens utvecklingsländer som just tagit klivet från jordbruk till industri. I alla fall om vi i väst fortsätter att handla med dem och bidra med kunskap som leder till förbättringar för individ, företag och samhälle.

Dessvärre har den tekniska utveckling som gått hand i hand med tillväxten även bidragit till vi förbrukar jordens resurser i en allt snabbare takt. Det gäller även oss i modebranschen. Priset vi kan komma att få betala för det är högt, om vi inte börjar agera lite klokare, med smartare fraktlösningar, bomullsodling, återanvändning och återvinning av material. Frågor som vi arbetar med och som du kan läsa mer om på övriga sidor.

FÖRBÄTTRINGAR STEG FÖR STEG

Vi är öppna med att vi behöver hantera stora hållbarhetsutmaningar framöver. Och bakom varje utmaning finns en möjlighet, som vi tänker utnyttja. Vi ska göra det på ett metodiskt sätt. Det är så vi skapar märkbara förbättringar på sikt – för våra kunder, övriga intressenter i vår omvärld och därigenom även för oss. För allt hänger ihop, vilket kräver både balans och fokus. I alla fall om man vill driva ett långsiktigt starkt företag som väcker positiva associationer.

Vi kallar vårt angreppssätt för Future Friendly Fashion. Tre ord som sammanfattar allt vi gör inom hållbarhet och därmed även i hela verksamheten, från design till försäljning och hur vi ger råd till våra kunder samt i förlängningen även återanvändning och återvinning.

Att använda begreppet Future Friendly Fashion innebär även att vi

väljer att vidga begreppet hållbarhet. I normala fall kallas de projekt vi bedriver inom odling av ekologisk bomull i Indien och vattenrening i Indien och Bangladesh för hållbarhetsprojekt. Likadant med alla de hundratal besök vi gör hos våra leverantörer varje år för att följa upp och stödja, utifrån vår uppförandekod. Sak samma med de 1 500 tester vi gjorde i oberoende laboratorier i år för att säkerställa att det inte fanns ovälkomna kemikalier i våra varor.

Problemet med hållbarhetsetiketten är att den lätt uppfattas och diskuteras som något vid sidan om den övriga verksamheten. Så är det inte. Alla ovan nämnda insatser stärker hela vår verksamhet, våra relationer och förutsättningarna för långsiktig tillgång till nödvändiga resurser.

Logiken är egentligen enkel. Genom att hjälpa våra leverantörer att hushålla med resurser som vatten och energi hjälper vi dem att skapa högre effektivitet. Och genom att bidra till bättre och säkrare arbetsvillkor skapar vi förutsättningar för högre produktivitet. Samma sak inträffar när vi satsar på utbildningar hos våra medarbetare, eftersom de då får nya redskap för att möta kundens behov, vilket i sin tur skapar ökad effektivitet, stolthet och arbetsglädje.

Sammantaget mynnar alla dessa insatser ut i högre lönsamhet, för våra samarbetspartners och för oss. Samtidigt får kunden bättre bemötande och rätt mode till rätt pris. Dessutom bidrar det till att sätta igång en positiv förbättringsspiral som lever vidare och som gynnar individen, företaget och samhället.

Det är därför vi arbetar med hållbarhet.

INGÅR I ACKORDET

Jag måste i detta sammanhang nämna den hemiska katastrof som medförde att över 1 100 textilarbetare dog i Bangladesh



”Och bakom varje utmaning finns en möjlighet, som vi tänker utnyttja. Vi ska göra det på ett metodiskt sätt. Det är så vi skapar märkbara förbättringar på sikt.”

våren 2013. Fabriken som rasade samman hör inte till någon av våra leverantörer, varför vi inte har full insyn i alla bakomliggande orsaker. Vi vet bara att det inte ska få hända. Därför var det en självklarhet för oss att underteckna ackordet för ökad säkerhet på arbetsplatser i Bangladesh. Uppslutningen kring avtalet är det största någonsin, med närmare 100 stora företag, fackliga organisationer, ILO och Bangladesh regering. Det talar för en positiv utveckling.

SAMARBETEN SOM GÖR SKILLNAD
Det är inget självändamål för oss att samarbeta med branschkollegor och andra organisationer i frågor kopplat till Future Friendly Fashion. Vi gör det när vi anser att det gör skillnad.

Ett sådant exempel är vattenprojektet SWAR, som vi är en av initiativtagarna till. Det är ett samverkansprojekt som startades i maj 2013 och som förväntas effektivisera textilproduktionen och minska förbrukningen av vatten, energi och kemikalier hos de leverantörer som ingår. I förlängningen kan lärdomarna föras vidare till andra leverantörer.

MYCKET KVAR ATT GÖRA

Avslutningsvis vill jag poängtera att även om vi är stolta över mycket som görs inom hållbarhetsområdet så är vi alla ytterst medvetna om att det finns oändligt mycket mer att göra. Och att det är viktigt att vi fortsätter på den inslagna vägen.

Jag vill även tacka samtliga medarbetare för alla goda insatser i år, som har

präglats av en tuff marknad och stora anpassningar i organisationen. Det är ett styrkebesked att vi kunnat hålla fanan högt med långsiktigt viktiga insatser inom Future Friendly Fashion.

Därför ser jag fram emot ytterligare ett år med alla kunder, medarbetare, leverantörer och övriga intressenter.

Johan Åberg, vd och koncernchef
Mölnådal, 1 november 2013.

”BRA DIALOG MED

För oss är det en självklarhet att samarbeta med intressenterna. Det ger oss möjlighet till kunskapsutbyte, ökad förståelse och bidrar till utvecklingen av vår organisation.

Dialogen ser olika ut för olika intressenter. En viktig intressent är våra kunder,

som vi kommunicerar med genom många kanaler utöver mötet i våra butiker.

DIALOG I SOCIALA MEDIER

Sociala medier blir en allt viktigare kanal för att byta erfarenheter, framföra åsikter och för att ställa frågor.

KappAhl finns exempelvis på Facebook där både vi och kunderna kan ställa frågor och kommentera händelser inom hållbarhetsområdet.

Dessutom svarar vi på hundratals mail med hållbarhetsfrågor varje år.



Viktiga dialogområden:

- Arbetsmiljö och lön
- Jämställdhet
- Öppet arbetsklimat
- Möjlighet till utbildning och karriärsutveckling
- Fackligt samarbete

HUR SÄKERSTÄLLER NI ATT KAPPAHL ÄR EN BRA ARBETSPLATS DÄR MAN TRIVS OCH UTVECKLAS?

Viktiga dialogområden:

- Miljö och klimatpåverkan
- Arbetsförhållanden/löner
- Djuromsorg
- Vatten-/kemikalieanvändning
- Bidrag till samhällsutveckling

VAD GÖR KAPPAHL FÖR ATT DET SKA VARA ANSTÄNDIGA FÖRHÅLLANDEN I PRODUKTIONEN?

Viktiga dialogområden:

- Miljö och klimat
- Affärsetik
- Mänskliga rättigheter
- Arbetsrättsförhållanden
- Expansion
- Vinst- och försäljningsutveckling

HUR PÅVERKAR KAPPAHLS HÅLLBARHETSARBETE FÖRMÅGAN ATT NÅ DE AFFÄRSMÄSSIGA MÅLEN?

Viktiga dialogområden:

- Arbetsmiljön i produktionen
- Kvaliteten på produkterna
- Prisdärda plagg
- God design
- Kemikalier i plaggen
- Kemikalier/utsläpp i processen och från transporter

KAN JAG SOM KUND VARA TRYGG MED ATT KLÄDERNA ÄR SÄKRA FÖR MIG OCH MIN FAMILJ?

Viktiga dialogområden:

- Långsiktiga relationer
- Tidiga order- och kapacitetsbokningar
- Bidrag till utveckling av miljöförbättrande åtgärder
- Tydliga kravspecifikationer och kontroll av efterlevnad.

HUR GÖR KAPPAHL FÖR ATT FÅ LEVERANTÖRERNA ATT AGERA MER HÅLLBART?

VÅRA INTRESSENER”

TRÄFFAS REGELBUNDET

Flera av våra investerare träffar vi regelbundet för att gå igenom hur de ser på vårt arbete inom hållbarhetsområdet. Vi har även ett nära samarbete med skolor och universitet där vi besvarar frågor från skolungdomar, föreläser och deltar i projekt och bidrar till uppsatser och forskning.

NÄTVERKEN HAR STOR BETYDELSE

Genom de nätverk vi deltar i möter vi representanter från många intressentgrupper exempelvis kommuner och universitet. Vi arbetar hela tiden för att utveckla intressentdialogen och söker nya vägar för att mötas.

VANLIGASTE FRÅGORNA

Nedan presenteras vanliga frågor från våra intressenter. Till de vanligaste kundfrågorna 2012/2013 hör dem kring kemikalier i textilier. En aktuell fråga från intresseorganisationer, myndigheter och branschföreträdare handlar om återvinning av textilier.

MYNDIGHETER

NÄTVERK OCH
BRANSCHKOLLEGOR

SAMHÄLLE

SKOLOR
OCH UNIVERSITET

Viktiga dialogområden:

- Arbetsförhållanden
- Efterlevnad av lagar
- Miljö- och klimatpåverkan
- Samarbeten

Viktiga dialogområden:

- Samarbeten kring miljö och klimat t.ex. transporter, energi
- Samarbeten kring arbetsförhållanden i produktionsländerna
- Upprättande av gemensamma riktlinjer för t.ex. Better Cotton Initiative och vattenkod
- Samarbeten kring återvinning/ återanvändning av textilier

Viktiga dialogområden:

- Investeringar
- Arbetstillfällen
- Samhällsengagemang/ utveckling
- Miljö- och klimatpåverkan

Viktiga dialogområden:

- Miljö och klimat
- Arbetsförhållanden i produktionsländerna
- Praktikplatser
- Utbildning

HUR SER NI PÅ UTVECKLINGEN FRAMÖVER?

HUR KAN KAPPAHL OCH BRANSCHEN TILLSAMMANS DRIVA UTVECKLINGEN?

HUR KAN KAPPAHL BIDRA TILL ETT BÄTTRE SAMHÄLLE?

HUR ARBETAR NI FÖR HÅLLBAR UTVECKLING?

Svaren på intressenternas frågor finns i denna rapport och under ”Future Friendly Fashion” på vår webbplats: www.kappahl.com.

Vi vill att våra kunder ska älska vårt mode, men även att de ska tycka om oss som företag. Därför är hållbarhetsfrågor viktiga. Det gäller hela vägen från idé och design till försäljning i våra närmare 400 butiker eller vår Shop Online. Här får du en bild av vilka utmaningar vi prioriterar i varje led. Bakom varje utmaning finns en möjlighet. Dem tänker vi utnyttja.

GOD ARBETSMILJÖ OCH HÖG KOMPETENS

KappAhl består av tusentals duktiga medarbetare, som varje dag går till jobbet för att bidra till verksamheten. Att de är nöjda med sina arbetsvillkor och utvecklingsmöjligheter är därför en betydande utmaning och möjlighet. Likaså vår förmåga att se till att kompetensen är den rätta bland våra medarbetare. Därför arbetar vi systematiskt med allt från arbetsmiljö och utbildning till uppföljning och återkoppling. På så sätt kan vi fortsätta att vara en uppskattad arbetsplats, vilket uppföljningarna pekar på.

PRODUKTION

Två stora utmaningar och möjligheter i produktionsledet är att bidra till goda arbetsvillkor och miljöeffektiva processer, exempelvis kopplat till vattenförbrukningen i odlings- och beredningsledet av bomull, hos våra leverantörer. För att skapa en effektiv och kvalitetssäkrad produktionsprocess har vi produktionskontor på viktiga inköpsmarknader. Genom att skriva ramavtal med KappAhl förbinder sig leverantören att följa uppförandekoden och att arbeta för att möta kraven inom sin verksamhet och del av värdekedjan. Vi gör löpande utvärderingar och bidrar med kunskap till våra leverantörer. Både i frågor kopplat till vår uppförandekod och miljö. Dessutom driver vi en skola för att utbilda fattiga kvinnor. Vi deltar även i ett flertal miljöprojekt, exempelvis kopplat till vattenrening, i linje med den miljökod vi upprättat.

DESIGN/RÅVAROR

Alla våra plagg designas av egna designers. I den processen är det viktigt att ta hänsyn till utmaningar och möjligheter som är förknippade med bland annat resursförbrukning av vatten, men även kemikalieanvändning och barnsäkerhet samt övergripande kvalitet. På så sätt bidrar vi till ökad hållbarhet i övriga delar av värdekedjan och plaggets livscykel. I år har vi sålt över 9 miljoner miljömärkta plagg och vi ökar långsiktigt inslaget av ekologisk bomull, något som välkomnas av våra kunder.



I ÅR HAR VI SÅLT ÖVER

NIO

MILJONER
MILJÖMÄRKTA PLAGG.

LOGISTIK

Inom vår logistikverksamhet är förmågan att skapa effektiva transporter den största utmaningen och möjligheten.

Genom att välja rätt transportslag och samlasta i högre utsträckning kan vi minska påverkan på miljön och effektivisera logistiken vilket leder till lägre kostnader per fraktad vara. Vid huvudkontoret samordnas logistiken för hela koncernen. Där finns även KappAhl's distributionscentral, som hör till de mest effektiva i hela Europa. Här har distributionssystemet en viktig roll. Varje år passerar över 50 miljoner varor genom anläggningen.

Över 95 procent av transporterna från tillverkningslandet sker med båt, av miljö- och kostnads-skäl. Vi ställer krav på våra transportörer oavsett transportslag och vill att de ska arbeta aktivt med frågor som gäller säkerhet, miljö, kvalitet och hälsa. Genom vårt medlemskap i Clean Shipping Index arbetar vi för att minska miljöpåverkan från fartygstransporter. Dessutom återanvänder vi galgar, återvinner plastpåsar som varorna fraktas i och har egen produktion av transportbackar av returplast.

VILL HJÄLPA KUNDERNA GÖRA KLOKA VAL

Vi är övertygade om att varje kund vill göra kloka val ur ett hållbarhetsperspektiv även när de lämnat butiken, vilket är en betydande utmaning och möjlighet. Vi har bland annat tagit fram en broschyr, "Tvätta rätt", med information som hjälper kunderna minska sin användning av energi och tvättmedel avsevärt vid klädtvätt. Vi arbetar också för att finna effektiva lösningar för återvinning av textilier, när kunderna vill byta garderob. Vi välkomnar dessutom frågor från våra kunder och andra intressenter, eftersom vi anser att en öppen dialog har stor betydelse för att vi ska kunna förbättra oss och bidra till att föra hållbarhetsarbetet framåt.



ÖVER
95%

AV TRANSPORTERNA FRÅN
TILLVERKNINGSLANDET
SKER MED BÅT, AV MILJÖ-
OCH KOSTNADSSKÄL.

FÖRSÄLJNING

Att skapa miljömässigt hållbara butiker, ge god information till våra kunder och övriga intressenter samt återvinning av textilier är tre betydande utmaningar och möjligheter i försäljningsledet. Vi ställer höga krav på material när vi bygger och vidareutvecklar våra butiker. Tillsammans med en av våra leverantörer har vi arbetat för att minska vikten på vår butiksinredning, något som minskar åtgången av material och därmed även transportbehovet. Vi arbetar också för att sänka energianvändningen i butikerna. Dessutom består våra plastkassar av återvunnen plast.

Vi strävar efter att informera kunderna om våra miljömärkta varor och hur de kan ta hand om sina kläder, eftersom en stor del av miljöpåverkan i plaggens livscykel uppstår hos kunden. För oss är det även viktigt att stå för sunda ideal. Vi säljer och marknadsför exempelvis inte plagg som kan uppfattas som stötande och använder modeller samt skyltdockor med sunda kroppar, för att undvika att bidra till en alltför smal och missvisande idealbild av den kvinnliga kroppen.





”FUTURE FRIENDLY FASHION – OMTANKE OM VÅR PLANET IDAG OCH FÖR FRAMTIDEN”

KappAhls affärsidé är ”Prisvärt mode för många människor” – kvinnor, män och barn. Prisvärt handlar också om att våra kunder ska vara nöjda med KappAhl som företag. Därför har vi utvecklat följande hållbarhetsvision: ”Vi agerar på ett ekonomiskt, miljömässigt och socialt hållbart sätt och skapar mode med omtanke om vår planet i dag och för framtiden.”

HÅLLBARHETSARBETET SAMMANFATTAT I TRE ORD

Under Future Friendly Fashion samlar vi allt KappAhl gör för vår planet, människorna vi berör med vår verksamhet och för mer hållbart mode i våra butiker.

SYSTEMATISKT ARBETE GENOM HELA VÄRDEKEDJAN

Vi arbetar systematiskt med hållbarhetsfrågor genom hela flödet, från design, produktion, logistik och försäljning. Allt för att kunderna ska känna sig trygga med varorna de handlar på KappAhl och vårt sätt att agera, exempelvis i relation till våra producenter och deras medarbetare samt i frågor som rör vår gemensamma miljö.

LÅNG HISTORIK INOM HÅLLBARHET

Vi har länge arbetat med frågor som rör miljö och socialt ansvar. Redan 1993 lanserade vi den första kollektionen med

ekologiska kläder och 1997 tog vi fram vår första uppförandekod för våra leverantörer. KappAhl var dessutom den första modekedjan i världen att bli miljöcertifierad enligt ISO 14001. Det skedde redan 1999. I år har 18 procent av KappAhls sortiment bestått av miljömärkt mode.

Vi tipsar även våra kunder om hur de kan bidra till en utveckling i positiv riktning genom att bland annat ta hand om sina kläder på bästa sätt.

FUTURE FRIENDLY FASHION BY KAPPAHL



FUTURE

”Vi ska bidra till en bättre framtid för vår planet.”

Under begreppet Future samlar vi KappAhls arbete med miljöfrågor. Det handlar om hur vi hanterar jordens resurser på ett mer hållbart sätt, från odling till färdig produkt. Följande fokusområden utgör grunden för våra mål: minskade utsläpp av ämnen som har negativ inverkan på miljön, effektivt utnyttjande av ändliga resurser och bra avfallshandling.



FRIENDLY

”Vi bygger långsiktiga relationer.”

Under begreppet Friendly samlar vi KappAhls arbete med att bygga långsiktiga, goda relationer med alla de människor och de samhällen som bidrar till vår verksamhet. Dessa fokusområden har vi utgått från när vi satt våra hållbarhetsmål: goda relationer med våra nyckelintressenter, en bra arbetsplats och god utbildning.



FASHION

”Prisvärt mode för många människor” på ett ansvarsfullt sätt.”

Under begreppet Fashion samlar vi det KappAhl gör för att utveckla ett hållbart och attraktivt mode. Allt för att det ska vara enkelt att handla mode producerat med omsorg. Våra fokusområden inom Fashion är: att hållbarhetsdimensionen vägs in redan i designen för att säkerställa hög kvalitet ur ett övergripande perspektiv, vilket omfattar allt från säkerhet till att använda lämpliga råvaror.

Våra övergripande mål

FUTURE

- Minska utsläppen av koldioxid.
- Minska användandet av vatten och kemikalier i produktionen.
- Minska energianvändningen.
- Minska avfallsmängden och öka andelen återvinning och återanvändning.

FRIENDLY

- Agera öppet och transparent i vårt hållbarhetsarbete, internt och externt.
- Vara en attraktiv arbetsplats.
- Bidra till en hållbar utveckling i våra leverantörers verksamhet.
- Bidra till ett mer hållbart samhälle genom insatser inom information och utbildning.

FASHION

- Garantera kvalitet och hållbarhet genom hela kedjan, från idé och design till färdig produkt.
- Öka andelen hållbara material i våra kollektioner.

Samarbete för renare produktion i Indien

Renare vatten, färre smutsiga utsläpp och en tryggare arbetsmiljö för ett stort antal arbetare i Indien. Det är målet med projektet Sustainable Water Resources, SWAR, som startades i maj 2013. Bakom projektet står KappAhl och två andra svenska textilköpare samt Stockholm International Water Institute, SIWI. Dessutom bidrar Sida med stöd.

Projektet förväntas effektivisera textilproduktionen och därigenom minska förbrukningen av vatten, som är en stor utmaning i framställning och beredning av bomull. Dessutom väntas insatserna leda till minskad användning av energi och kemikalier hos deltagande leverantörer.

OMFATTAR 40 LEVERANTÖRER

SWAR ska pågå under två år och omfatta ett 40-tal leverantörer i Indien. Ambitionen är att göra märkbar skillnad för mänskliga och miljö i Indien.

INSATSER PÅ TRE NIVÅER

Insatserna kan delas in i tre nivåer. Den första nivån omfattar relativt enkla insatser som att exempelvis se över och reparera vattenledningssystem och att visa de besparingsvinster som följer av åtgärden. Det är här som den största delen av arbetet kommer att ske initialt i projektet.

När den typen av enklare insatser, som skapar stor miljönytta till låg kost-

nad, genomförts väntar nivå två. Här genomförs lite större projekt, som att ta tillvara på vattenånga eller byta ut kostsamma dieselgeneratorer.

Den tredje nivån handlar om att stödja med att tänka långsiktigt och investera i ny teknik som ger stora effekter på sikt.

STORA EFFEKTIVITETSVINSTER

Varje implementering, oavsett nivå, förväntas leda till stora effektivitets- och miljöförbättringar i form av minskad förbrukning av vatten, energi och kemikalier hos leverantörerna. Därmed bidrar projektet även till fortsatt utveckling av den indiska textilnäringsen, enligt våra förhoppningar. De resultat som hittills framkommit är positiva. Sammanlagt har åtgärderna lett till besparingar av 13,5

miljoner liter vatten, 824 ton kemikalier och kraftigt minskad energianvändning på årlig basis.

BYGGER PÅ NY VATTENKOD

Projektet utgår från den Vattenkod som 33 svenska textilföretag gemensamt tagit fram och som innehåller riktlinjer för vatten, kemikalier och utsläpp.

INSPIRERATS AV TIDIGARE PROJEKT

SWAR har inspirerats av IFC/Världsbankens framgångsrika Cleaner Production-projekt i Bangladesh 2011, som utnämndes till ett av årets tre mest värdefulla projekt av World Economic Forum i Davos. KappAhl var en av deltagarna även i Cleaner Production.



Water Partnership for Cleaner Textile

Fortsättning på prisat projekt

I maj 2013 anslöt sig KappAhl till Bangladesh Water Partnership for Cleaner Textile, PaCT. Det är ett internationellt samverkansprojekt för att åstadkomma renare produktion i Bangladesh.

PaCT är en fortsättning på det projekt som utnämndes till ett av årets tre mest värdefulla projekt vid World Economic Forum i Davos 2011 bland annat tack vare en koldioxidbesparing på 11,7 ton. Även användandet av

kemikalier och energi minskade samtidigt som deltagande leverantörer fick 267 procents avkastning på investerat kapital. Syftet med PaCT är att fortsätta att utveckla den viktiga textilnäringsen med kostnadseffektiva förbättringar kopplat till vattenförbrukning och utsläpp av kemikalier. Ytterst leder det till bättre miljö, ökad effektivitet i textilindustrin och tryggare arbetsmiljö.

Arbetar för hållbar bomull

KappAhl köper årligen 7 400 ton bomull, som är vårt viktigaste råmaterial. En stor utmaning är att det krävs mycket stora mängder vatten för att odla och bereda bomull. Enligt Världsnaturfonden krävs det 10 000 liter vatten för att odla bomull till ett enda par jeans. Faktum är att traditionell bomullsodling beräknas stå för förbrukningen av 3,5 procent av allt vatten och 6 procent av allt bekämpningsmedel inom globalt jordbruk, på grund av ineffektiva metoder.

Det är vårt ansvar att sträva efter förbättringar. 2007 blev KappAhl därför medlem i Better Cotton Initiative, BCI, som jobbar för att öka tillgången på hållbart odlad bomull. Kostnaden för medlemskapet är cirka 400 000 kronor. Därutöver tillkommer kostnader för projektledning, utbildning och uppföljning.

SYSSELSÄTTER 300 MILJONER

Bomullsindustrin sysselsätter 300 miljoner människor världen över. Över 90 procent av odlarna finns i utvecklingsländer.

För närvarande svarar BCI-bomull för 4 procent av den globala produktionen av bomull. Målet är att nå 30 procent år 2020.

220 000 BÖNDER OMFATTAS

Via BCI lär sig odlare att använda mindre vatten, mindre kemikalier och mindre bekämpningsmedel även i den konventionella bomullsodlingen.

De första skördarna med Better Cotton ägde rum 2010/2011 i Brasilien, Indien, Mali och Pakistan. Sedan dess har utvecklingen gått snabbt. Under 2012 arbetade 220 000 bönder organiserade i 8 300 så kallade Learning Groups, som skördade 623 000 ton BCI-bomull.

EFFEKTIVARE ODLINGSSÄTT

Enligt BCI:s studier där vanlig odling jämförs med Better Cotton-jordbruk finns det flera fördelar med det hållbara odlingsättet. Dels ger skördarna betydligt mer bomull, dels ökar den ekonomiska avkastningen. Vid den senaste studien, från 2012, visade det sig att de

bönder i Indien som gått över till BCI nådde en lönsamhet som var 32 procent högre än i kontrollgruppen.

8 250 TON VIA EGET SNABBSPÅR

2011 bildade KappAhl tillsammans med andra aktörer ett så kallat snabbspår för att påskynda utvecklingen inom hållbar bomullsodling, i enlighet med BCIs riktlinjer. Den första skörden från denna satsning kom under hösten 2011.

Hittills har 2 400 odlare utbildats. Totalt odlar de över 8 250 ton bomull per år. Implementeringen sker tillsammans med organisationen Cotton Connect.

VÅRA VIKTIGASTE RÅVAROR

Bomull svarar för 58 procent av vår råvaruförbrukning, följt av polyester med 12 procent, nylon med 11 procent och viskos som står för 6 procent.

MÅLET ÄR ATT

30%

AV ALL BOMULL I VÄRLDEN
SKA VARA ODLAD ENLIGT
BCI:S PRINCIPER
ÅR 2020.



Insatser för effektiva transporter

De varor vi köper in fraktas till vår distributionscentral i Mölndal, Sverige, och därifrån ut till butikerna. Att processen sköts effektivt är viktigt, både för miljön och ekonomin. Vi har därför sedan länge fört diskussioner med speditörer kring nya bränslen och motorer och effektiv ruttplanering.

ÖKA Fyllnadsgraden

Under 2012/2013 har vi arbetat för att öka fyllnadsgraden i våra transporter, hela vägen ifrån leverantör till butik – för att slippa frakta ”luft”, vilket är kostsamt både för vår ekonomi och miljö.

Genom att ändra vårt sätt att skriva order har vi ökat fyllnadsgraden i kartongerna som skeppas ifrån leverantörerna till vår distributionscentral. Vi har även ökat fyllnadsgraden i våra backar med varor som skickas till butikerna. Sammantaget innebär förbättringarna att det krävs färre trans-

porter för att få fram samma antal varor. Under kommande år har vi för avsikt att effektivisera vår distribution till butik ytterligare. Vi ser över möjligheten att öka andelen samlastning med företag som har butiker i samma köpcenter som oss. Det leder till att det går fler fullastade lastbilar och att antalet bilar på vägarna minskar.

FRAKTAR MEST VIA BÅT

Under 2012/2013 stod sjötransporter för 97,3 procent av våra transporter från producentländerna, räknat per tonkilometer. Övrig frakt från leverantörer sker via flyg och lastbil.

Att frakta via båt leder till klart lägre utsläpp per ton och kilometer än flyg, vilket är en av orsakerna till att vi fraktar en klar majoritet av vårt mode från Asien via fartyg. En annan orsak är att det även är långt mer kostnadseffektivt än flyg.

RESULTERAT I LÄGRE UTSLÄPP

Den ökande användningen av båttransporter har inverkat positivt. Trots att vi under verksamhetsåret transporterat varje plagg 1,4 procent längre, i genomsnitt, har utsläppen av koldioxid och kväveoxid minskat – om än marginellt. Koldioxidutsläppen per plagg minskade med 0,7 procent och kväveoxidutsläppen med 0,4 procent.

MED I CLEAN SHIPPING PROJECT

KappAhl är sedan 2008 med i Clean Shipping Index, ett medlemsdrivet nätverk för transportköpare som syftar till att öka fokus på miljöfrågorna i sjöfarten. Clean Shipping Index krav ingår som en del i vår upphandling av varutransporter.

Grundkravet 2012 för att bli godkänd är att minst två av rederiernas fartyg ska vara verifierade, i enlighet med Clean Shipping Index kriterier.

MINSKADE UTSLÄPP PER PLAGG TROTS LÄNGRE FRAKTSTRÄCKA

	Transport tonkilometer	Koldioxid, kg	Kväveoxid, g	Kolväten, g	Koloxid, g	Partiklar, g
2011–2012 totalt	287 556 512	6 966 750,43	145 406 308	3 638 566,28	12 308 809	5 778 166
2011–2012 snitt/plagg	5,51	0,134	2,79	0,07	0,24	0,11
2012–2013 totalt	285 170 613	6 796 125,37	141 503 462	3 595 800,98	12 122 142	5 746 145
2012–2013 snitt/plagg	5,60	0,133	2,78	0,07	0,24	0,11

Trots att vi transporterat varje plagg lite längre i snitt under 2012/2013 har utsläppen av koldioxid och kväveoxid minskat medan övriga värden ligger på ungefär samma nivå som året dessförinnan.

Första modekedjan att miljöcertifieras

KappAhl var den första modekedjan i världen att certifieras enligt miljöledningsstandarden ISO 14001. Det skedde första gången redan 1999. Varje år sker en ny revision. ISO-certifieringen omfattar ledning, varuflödesorganisation, administration och distribution samt butiksdrift i Sverige och Finland. Även i Norge sker

certifiering av butiker utifrån nationellt vedertagen standard.

KappAhls årliga revision för miljöcertifiering genomförs av SP, Sveriges Tekniska Forskningsinstitut.

Vid årets revision framkom sju mindre avvikelser, det vill säga ingen av allvarlig karaktär.



Nominerade till Retail Awards

Våren 2013 nominerades KappAhl till "Sustainable Store of the Year" i Retail Awards med motiveringen: "KappAhl utnyttjar det stora företagets möjligheter i sitt hållbarhetsarbete, vilket genomsyrar hela verksamheten. Från produktion, med miljöarbete och utbildning av leverantörer, via noggranna överväganden i logistiken, butikerna och HR-arbetet, hela vägen till kommunikationen med slutkunden."

VIKTIG KOMPONENT I KONCEPTET

Hållbarhet är en viktig fråga när vi skapar vårt butikskoncept. Vår koncept- och byggnadsavdelning har tydliga krav på ingående material vid byggnation och renovering. Till exempel använder vi inte någon form av krom i våra butiksinredningar.

Sedan 2009 har vi aktivt arbetat för att minska vikten på vår butiksinredning. Det finns flera vinster med det. Dels minskar transportbehovet och materialåtgången, dels innebär det en ekonomisk

besparing. Vikten på vår butiksinredning har minskat med en tredjedel 2010–2013.

Dessutom arbetar vi för att minska avfallsmängden. Vi använder oss av ett retur-system med backar i återvunnen plast istället för pappkartonger för frakt från distributionscentralen till butikerna.

GRÖN EL SEDAN I 999

I Sverige använder KappAhl ursprungsmärkt el från vattenkraftsanläggningar sedan 1999. Cirka 70 procent av elkonsumentionen i den svenska organisationen kommer från denna källa.

Parallellt samarbetar vi med företaget Elkraft, för att sänka energianvändningen. Mellan 2011 och 2012 minskade elanvändningen i butikerna i Sverige med 2 437 MWh, vilket motsvarar 8 procent av den totala användningen i butikerna. På huvudkontoret och distributionscentralen minskade användningen med 50 kWh respektive 81 kWh, vilket motsvarar 4 respektive 3,5 procent.



Tar tillvara på resurserna

KappAhl vill återanvända och återvinna så mycket som möjligt av de produkter som används i verksamheten.

ÅTERVUNNA PLASTPÅSAR

Det har bland annat resulterat i att våra konsumentplastpåsar består av återvunnen plast och att våra varor fraktas i backar av återvunnen plast. Backarna har vi låtit tillverka själva av det plastspill som uppstår i verksamheten. Dessutom återanvänds och återvinns miljontals galgar varje år.

ÅTERVINNING AV TEXTILIER

Vi arbetar för att finna fungerande lösningar inom återanvändning och återvinning av textilier, bland annat i nätverk där de största svenska textilföretagen ingår. Textiles for Recycle Initiative, T4RI, är ett sådant exempel. Tillsammans tittar vi på lösningar för att främja återanvändning via second hand och redesign samt återvinning av textila fibrer. Dessutom ingår vi i Nätverk för Återanvändning och Återvinning vars arbete bland annat resulterat i rapporten "Nätverk, trådar och spindlar – Samverkan för ökad återanvändning och återvinning av kläder och textil".

Sedan tio år tillbaka skänker våra provplagg och refuserade plagg i butikerna till lokala välgörenhetsorganisationer.



UPPFÖRANDEKODEN BANAR VÄG FÖR BÄTTRE ARBETSVILLKOR

Utbredd fattigdom, omfattande arbetsplatsolyckor och patriarkala strukturer som hämmar kvinnors utveckling. Listan över förbättringsområden kan göras lång när det kommer till Bangladesh. Vissa hävdar att läget är så illa att det moraliskt rätta vore att inte köpa varor som är tillverkade i landet.

Samtidigt finns det en annan bild, som pekar på att textilindustrin i Bangladesh är ett bra exempel på varför det är viktigt att även fattiga länder industrialiseras och får möjlighet att sälja sina varor internationellt.

STANNA OCH BIDRA – INTE FLY FÄLTET

”Att handla kläder producerade i Bangladesh är det bästa sättet att bidra till landets fortsatta utveckling” är ett citat hämtat ur rapporten ”Made in Bangladesh – Textilindustrin som fattigdomsutrotare”, september 2013.

Det stämmer väl överens med vår bild. I takt med att tillverkningsindustrin växer

och utvecklas med hjälp av ny teknik och ökad kompetens samt bättre arbetsvillkor, stiger produktiviteten och BNP per invånare, vilket leder till minskad fattigdom och ökad levnadsstandard. Dessutom bidrar industrialiseringen till utveckling och frigörelse från patriarkala strukturer för miljontals unga kvinnor.

UPPMANADE PREMIÄRMINISTERN ATT HÖJA MINIMILÖNEN

På så sätt spelar företag likt KappAhl en nyckelroll genom att stanna kvar, bidra till tillväxt och en positiv utveckling i flera avseenden – på egen hand och tillsammans med andra när det är mest lämpligt.

2010 undertecknade exempelvis vi och elva andra företag en uppmaning till landets premiärminister att höja minimilönerna och att införa årliga justeringar. Vi anser att de som arbetar i våra leverantörers produktionsenheter ska ha en lön som täcker mer än basbehoven och att de ska få ersättning för de timmar som arbetas.

Årets undertecknande av avtalet ”Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh” innebär goda möjligheter att föra utvecklingen i rätt riktning på flera plan.

FÖRSTA ANHALTEN BORT FRÅN FATTIGDOM

Man bör samtidigt komma ihåg att Bangladesh bara inlett resan från fattig jordbruksnation och att textilindustrin är den första anhalten på väg mot mer högförädlade och teknikintensiva industrigrenar.

Historien bekräftar detta mönster. Det gäller både i äldre industriländer som England, där den industriella revolutionen inleddes med just textilproduktion, och Sverige samt i yngre som Sydkorea, Taiwan och Singapore.

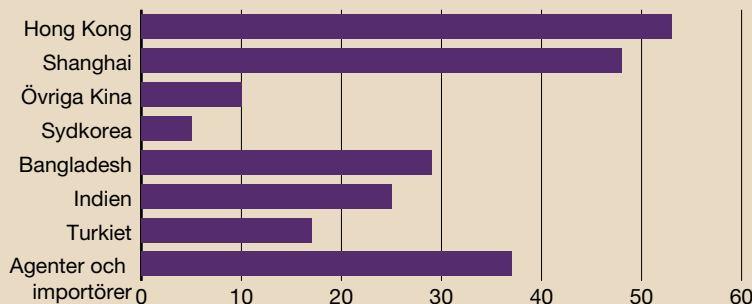
I fallet Bangladesh kan utvecklingen dock gå fort, givet att utvecklingen fortsätter i samma riktning som under de senaste åren. Enligt prognoser från Världsbanken och McKinsey kan Bangladesh komma att klassas som ett medelinkomstland redan i början av 2020-talet.

UPPFÖRANDEKODEN – ETT CENTRALT REDSKAP

Vi är övertygade om att KappAhl har en viktig roll att spela i utvecklingen av ett hållbart samhälle i Bangladesh och andra länder som vi köper varor från, med bra arbetsplatser som präglas av goda arbetsförhållanden och rättvis ersättning. Därigenom skapas en ”win-win-win”-situation, med fördelar för arbetarna, fabriksägarna och för oss.

För att styra detta arbete så effektivt som möjligt har vi tagit fram en uppförandekod för våra leverantörer. Dessutom driver vi ett flertal förbättringsprojekt i form av utbildning för fattiga kvinnor och samarbetsprojekt och avtal för att skapa bättre miljö och bättre samt säkrare arbetsvillkor.

Antal leverantörer och produktionsenheter per produktionskontor



EN DEL AV RAMAVTALET

Uppförandekoden är en del av ramavtalet med våra leverantörer och omfattar områden som tvångsarbete, barnarbete, förenings- och organisationsfrihet, löner och arbetstider samt säkerhet på arbetsplatsen. Dessutom förbinder sig leverantörerna att följa våra krav avseende affäretik och korruption.

Genom att godkänna ramavtalet förbinder sig leverantören att arbeta proaktivt för att leva upp till kraven i uppförandekoden och arbeta för att förbättra anställnings- och arbetsvillkoren.

PROCESS FÖR FÖRBÄTTRINGAR

Vårt dagliga arbete bedrivs utifrån en process som består av fem delar: identifiera avvikelser från uppförandekoden, initiera förbättringsåtgärder, övervaka och stödja förbättringsarbetet, samt säkerställa att produktionen sker i godkända produktionsenheter.

EN ARBETSPROCESS I FEM DELAR

Produktionsenheter som omfattas av vårt system graderas enligt ett system med fyra nivåer, från Ej Godkänd till Fullvärdig. Vårt förhållningssätt är att leverantörernas och produktionsenheter- nas efterlevnad av uppförandekoden ska utvecklas i takt med utvecklingen av affärsrelationen.

TYDLIG PLAN FÖR ÅTGÄRDER

Om vi identifierar avvikelser från uppförandekoden ska leverantören upprätta en åtgärdsplan med information om vad avvikelserna består av, hur den ska hanteras på lång sikt, när åtgärderna ska vara genomförda och vem som ansvarar för att det sker.

GÖR MER ÄN ATT BARA KONTROLLERA

Vissa hävdar att det finns ett allt för stort fokus på själva inspektionen i branschen, och att målet ofta blir att bara passera granskningen för att få en order – inte nödvändigtvis att göra rätt saker, för att åstadkomma långsiktiga förbättringar.

Vi försöker gå ett steg längre, eftersom det inte är inspektionen i sig som leder till förbättringar. Det är vad vi gör med resultatet som gör skillnaden.

Därför poängterar vi uppföljningsarbetets betydelse. Vi vill göra mer än att bara fylla i checklistor, något som bidragit till att vi har ett gott rykte i till exempel Bangladesh, trots att KappAhl är ett relativt litet bolag.

MISSTRO KAN VÄNDAS TILL SAMARBETE

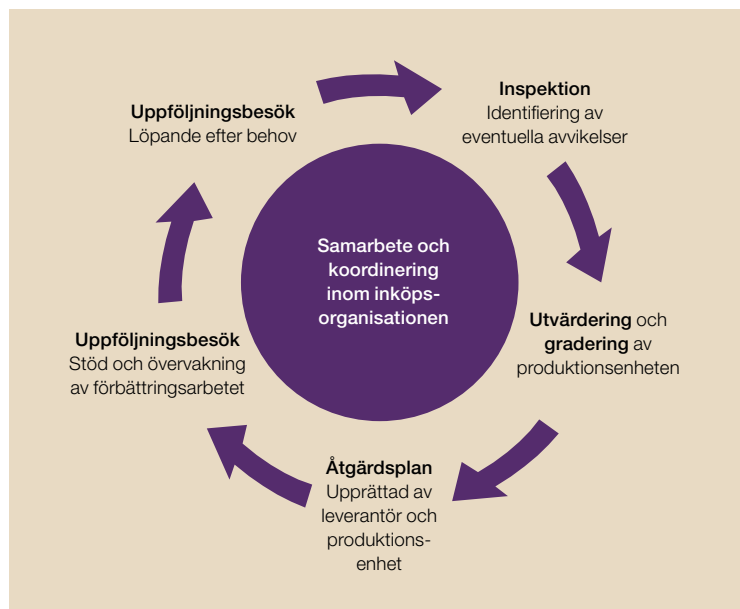
Vi har vid ett flertal tillfällen varit med om leverantörer där vi inledningsvis har mött misstro och en tendens att vilja gömma undan information för att bli



ACCEPTERAR INTE BARNARBETE

KappAhl accepterar inte barnarbete. I vår uppförandekod definierar vi barnarbete enligt ILO:s konvention nr. 138. Vi uppmanar våra leverantörer att upprätta och tillämpa policy och rutiner för att säkerställa att barn inte anställs i deras egen verksamhet eller hos underleverantörer och hur viktigt det är att kontrollera de arbetssökandes ålder.

Vi har en tydlig plan för hur vi ska agera om barnarbete skulle påträffas i någon av våra leverantörers produktionsenheter. Om det skulle inträffa agerar vi för att åstadkomma bästa möjliga lösning för honom eller henne.



godkända för produktion. När de har insett vad vi vill åstadkomma har de ändrat inställning och arbetar metodiskt i rätt riktning med hög grad av transparens.

BETYDELSEFULL UPPFÖLJNING

Våra uppföljningsbesök har två syften – att övervaka och att stödja pågående förbättringsarbete. I de länder där vi har produktionskontor har vi valt att använda egen personal, eftersom vi tror på värdet av transparens och samarbete med våra affärspartners. Det skapas genom att bygga långsiktigt förtroende och att ha första-handskunskap om deras verksamhet.

På så sätt kan vi på ett tidigt stadium själva göra väl grundade bedömningar av

leverantörens självinsikt, vilja och förmåga. Vi är samtidigt realistiska och förväntar oss inte att fabrikena ska vara perfekta på samtliga punkter, men att det finns en verklig intention att skapa förbättringar, steg för steg.

Faktum är att fler och fler leverantörer börjar se värdet i vårt arbetssätt, eftersom det leder till ökad produktivitet.

FLER UPPFÖLJNINGAR

Under 2012/2013 genomförde vi 396 uppföljningsbesök och 288 inspektioner hos

våra leverantörer. Cirka 70 procent av besöken ägde rum i Kina, där fabrikena är utspridda över stora geografiska områden, vilket gör arbetet utmanande.

I första hand prioriterar vi de leverantörer som producerar mycket åt oss, och där vi kan få störst inflytande. Därigenom kan vi skapa största möjliga förbättring på kortast tid.

Under 2012/2013 svarade de 10 största leverantörerna för cirka 30 procent av våra inköp.

BESLUTSUNDERLAG FÖR PRODUKTIONSKONTOREN

Landschefer och andra kollegor vid produktionskontoren, som har det dagliga ansvaret för affärsrelationen med leverantörerna, får löpande information om arbetet utifrån uppförandekoden. Orderläggning begränsas eller stoppas om en leverantör inte samarbetar alternativt om en produktionsenhet inte lever upp till baskraven eller inte genomför utlovade förbättringar.

Gradering produktionsenheter per produktionskontor och land

	Godkänd	Temp. godk.	Ej godkänd	Ej inspekt.	Totalt
Hong Kong	60	39	0	0	99
Shanghai	46	32	0	0	78
Övriga Kina	24	8	0	0	32
Sydkorea	8	3	0	0	11
Bangladesh	16	15	0	0	31
Indien	14	22	0	0	36
Turkiet	11	14	0	1	26
Agenter och importörer	2	20	0	29	51
Totalt	181	153	0	30	364
Andel i procent	50%	42%	0%	8%	100%

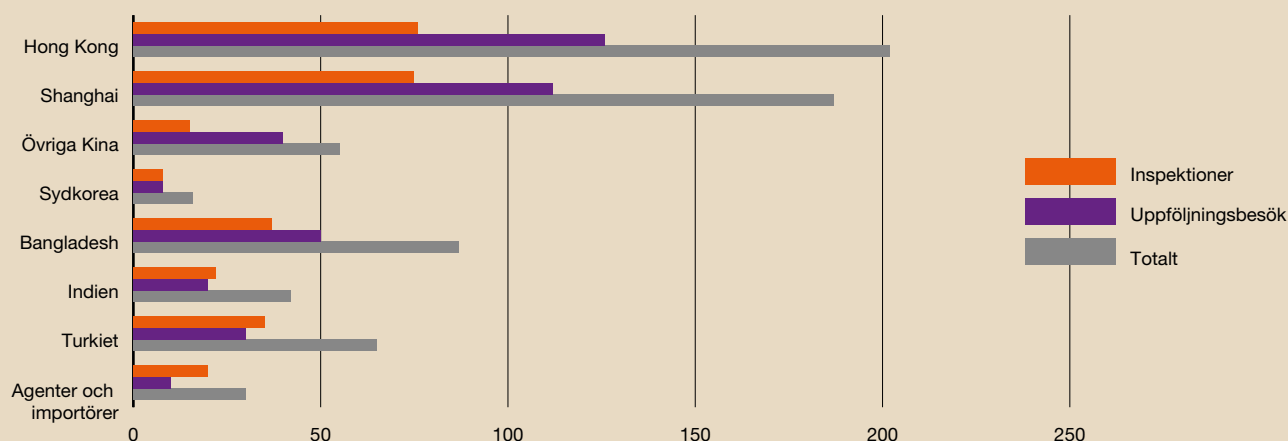
¹⁾ Första gången en produktionsenhet inspekteras graderas den Temporarily Approved eller Not Approved.

²⁾ Agenter och importörers produktionsenheter i lågriskländer, som till exempel Italien, inspekteras inte. Agenter och importörers produktionsenheter inspekteras när ett visst antal order placerats eller när ordervärdet överstiger ett visst belopp.

OFFENTLIGGÖR LEVERANTÖRS-LISTA

Under hösten 2013 offentliggör KappAhl sin leverantörslista, vilket är i linje med vår strävan efter att skapa transparens kring vårt hållbarhetsarbete. Leverantörslistan är publicerad på KappAhls hemsida.

Antal inspektioner/uppföljningar per land



Kraftsamling för säkrare arbetsförhållanden

I april 2013 hände det som inte får hända. Den nio våningar höga textilfabriken Rana Plaza i staden Savar utanför Dhaka, Bangladesh, rasade samman. 3 000 textilarbetare var i tjänst när tragedin inträffade. Fler än 1 100 av dem avled.

Detta var den andra katastrofen på kort tid. I november 2012 dog 117 textilarbetare i en fabriksbrand i Dhaka. Åren dessförinnan har också kantats av ett flertal olyckor med dödlig utgång.

Mellan 2006 och 2012 dog fler än 600 arbetare vid över 200 bränder och olyckor, enligt den internationella organisationen Clean Clothes Campaign. Det bör påpekas att inga allvarliga olyckor har inträffat i de fabriker som producerar varor för KappAhl.

KRAFTSAMLING FÖR ÖKAD SÄKERHET

Som en konsekvens av dessa katastrofer anslöt vi oss i början av juli 2013 till "Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh", som syftar till att skapa

säkrare arbetsförhållanden för textilarbetare i Bangladesh.

Avtalet är juridiskt bindande och löper över fem år. De parter som ingår består av internationella fackförbund och intresseorganisationer samt närmare 100 stora, internationella modeföretag.

Att så många stora modeföretag och intresseorganisationer gör gemensam sak har inte inträffat i Bangladesh tidigare.

Enligt en delrapport från 3 oktober 2013 omfattas närmare 1 600 fabriker och över 2 miljoner textilarbetare. I takt med att fler företag ansluter sig ökar antalet.

OBEROENDE INSPEKTÖRER

Avtalet innebär bland annat att el- och byggnadskonstruktioner i fabriker ska granskas av oberoende inspektörer under de kommande nio månaderna. I samband med inspektionerna kommer planer för förbättringar och reparationer tas fram och sedan följas upp gemensamt av anslutna textilköpare och berörda fabriker.

SKAPA FÖRBÄTTRINGAR PÅ PLATS

KappAhl har sedan tidigare beslutat att man kommer fortsätta köpa produktion och på fler sätt bidra till ökat välbefinnande och förbättrad säkerhet i Bangladesh, ett av världens fattigaste länder.



Utbildat 3 miljoner i brandsäkerhet

Sedan inledningen av 2011 har KappAhl samarbetat med 18 andra företag för att skapa ökad brandsäkerhet i Bangladesh textilindustri. En utbildningsfilm och -modul har utvecklats i samarbete med stora arbetsgivarorganisationer. Totalt omfattas närmare 3 miljoner människor i cirka 4 500 exporterande fabriker av insatsen som slutförs 2013.

KappAhl kommer att fortsätta insatserna för ökad brandsäkerhet hos våra leverantörer även efter 2013. Många av våra leverantörer har exempelvis redan nu valt att låta brandsäkerhetsfilmen vara en del av introduktionsutbildningen för nya arbetare.



”KAPPAHL I VÄRLDEN 2012/2013”

- Butiker
- Produktionskontor

NORGE

Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat): **628**
 Antal butiker: **103**
 HDI rank (2012): **1**
 Folkmängd i miljoner (2012): **5,019**
 Medellivslängd: **81,3**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$48 688**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **1,7%**

SVERIGE

Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat): **1 441***
 Antal butiker: **165**
 HDI rank (2012): **7**
 Folkmängd i miljoner (2012): **9,517**
 Medellivslängd: **81,6**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$36 143**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **0%**

* Omfattar utöver butikspersonalen även samtliga medarbetare på KappAhl's huvudkontor och distributionscentral i Mölndal.

TJECKIEN

Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat): **26**
 Antal butiker: **5**
 HDI rank (2012): **28**
 Folkmängd i miljoner (2012): **10,51**
 Medellivslängd: **77,8**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$22 067**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **-1,5%**

FINLAND

Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat): **360**
 Antal butiker: **65**
 HDI rank (2012): **21**
 Folkmängd i miljoner (2012): **5,414**
 Medellivslängd: **80,1**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$325 510**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **-0,7%**

POLEN

Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat): **422**
 Antal butiker: **52**
 HDI rank (2012): **39**
 Folkmängd i miljoner (2012): **38,54**
 Medellivslängd: **76,3**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$17 776**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **1,8%**

Här kan du se i vilka länder KappAhl har butiker och våra största produktionsländer. Vi äger inga egna fabriker utan är en av många kunder hos fristående tillverkare världen över. Vi anställer lokalt där vi har egen verksamhet och skapar därmed arbetstillfällen i Asien samt Europa och bidrar på så sätt till samhällsutvecklingen.

KappAhl är en aktör på en stor marknad. Vi vill bidra till att skapa en bättre värld. Just valet av tillverkningsländer och leverantörer ställer extra höga krav på oss. Vi arbetar systematiskt med hållbarhetsfrågor genom hela flödet – från design till färdiga plagg och produkter.

ANDEL AV KAPPAHLS PRODUKTION

Asien	80 procent
Europa, Turkiet och USA	20 procent

TURKIET

Antal tjänster: **10**
 HDI rank (2012): **90**
 Folkmängd i miljoner (2012): **74**
 Medellivslängd: **74,2**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$13 710**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **0,9%**

INDIEN

Antal tjänster: **20**
 HDI rank (2012): **136**
 Folkmängd i miljoner (2012): **1 237**
 Medellivslängd: **65,8**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$3 285**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **1,9%**

BANGLADESH

Antal tjänster: **40**
 HDI rank (2012): **146**
 Folkmängd i miljoner (2012): **154,7**
 Medellivslängd: **69,2**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$1 785**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **5,1%**

KINA

Antal tjänster: **80**
 HDI rank (2012): **101**
 Folkmängd i miljoner (2012): **1 351**
 Medellivslängd: **73,7**
 Köpkraft per invånare (2012): **\$7 945**
 BNP-tillväxt/invånare och år (2008–2012): **7,3%**

Hjälper utsatta kvinnor till arbete

Fattiga kvinnor i Bangladesh lever ett tufft liv med få, om några, rättigheter. Vi vill bidra till att förändra situationen, så gott vi kan.

UTBILDNING I BANGLADESH

Därför startade vi ett träningscenter för utsatta kvinnor 2010. Träningscentret, som är placerat i utkanten av Dhaka, tar emot kvinnor från 18 år och uppåt, som kommer från fattiga förhållanden och saknar formell utbildning. Utbildningen drivs tillsammans med leverantörer och en lokal intresseorganisation.

INTE BARA SÖMNADSTEKNIK

Skolan erbjuder utbildning under tre månader. Sedan starten 2010 har totalt 300 kvinnor genomfört utbildningen. Utöver sömnadskunskap får eleverna utbildning i kvinnors rättigheter, hälsa och säkerhet. Under utbildningstiden erbjuds även läkarvård och medicin. Varje deltagare får även ett ekonomiskt bidrag under studietiden.

ALLA FÅR JOBB EFTER UTBILDNINGEN

Projektet har varit lyckosamt. Samtliga

kvinnor blir erbjudna arbete efter utbildningen. Det finns även exempel på tidigare elever som gått vidare från sömmerska till chefsposition. Sammantaget bidrar det fina resultatet till att utbildningen blivit mycket populär.

FORTFARANDE KONTROVERSIELT ENLIGT VISSA

Det är dessvärre fortfarande kontroversiellt att bidra till kvinnors utveckling på detta sätt i Bangladesh. Vi har stött på vissa bekymmer, som belyser kvinnors utsatta position i vissa delar av världen.

Det gör oss bara än mer säkra på att vi gör rätt som strävar efter att bidra till kvinnors individuella utveckling i landet.



Sponsring och samarbeten

Bredvid de affärsmässiga frågorna som driver oss att utvecklas har vi även ett stort engagemang och ett stort hjärta för att hjälpa och påverka inom andra områden, där det är möjligt. Vi arbetar med stort och smått, gärna tillsammans med andra för att möjligheten att påverka och förändra ska öka.

I julhandeln 2012 uppmanade vi kunderna att bidra till organisationer som arbetar för barn som har det tufft. Totalt samlades 700 000 kronor in till organisationer som värnar barnen, BRIS

(Sverige), Kors på halsen (Norge), Mannerheimförbundet (Finland), Nobodys Children Foundation (Polen) och Unua Bezpezi (Tjeckien). I kampanjen Rädda Kvinnohjärtat, som genomfördes 2013, såldes halsband och armband i de svenska butikerna för närmare 1 Mkr. Pengarna går till Hjärt-Lungfonden. Totalt har KappAhl bidragit med 5,3 Mkr sedan starten av samarbetet 2008.

VIKTIGT MED LOKALT STÖD

Det är viktigt för oss att ge lokalt stöd. KappAhl är företagsprenumerant på de hemlösa tidningar i Sverige. Våra butiker, landskontor och produktionskontor skänker överblivna kläder och/eller ger annat bistånd till lokala hjälporgani-

sationer. I Sverige går det mesta till Erikshjälpen och Stadsmissionen. Vi genomför även riktat stöd till organisationer och projekt i våra produktionsländer.

ETT STORT ANTAL SAMARBETEN

Utöver sponsring har vi ett stort antal samarbeten med andra företag och organisationer. Här följer några av de engagemang vi har för närvarande: Business for Social Responsibility, BSR; Clean Shipping Index; Handelshögskolan vid Göteborgs universitet; Sweden Textile Water Initiative, STWI och Textiles for Recycling Initiative, T4RI.

TOPPBETYG FRÅN MEDARBETARNA!

Hos oss finns det en mängd olika yrken fördelat på närmare 4 500 medarbetare på cirka 400 arbetsplatser. Vår ambition är att vi ska växa och utvecklas tillsammans. Därför ska alla medarbetare ha lika möjligheter och samma förutsättningar, oavsett kön, ursprung, trosuppfattning, sexuell läggning eller handikapp.

SYSTEMATISKA FÖRBÄTTRINGAR

Kontinuerligt utför vi insatser på samtliga arbetsplatser för att säkerställa en trygg arbetsmiljö ur både fysiskt – som psykosocialt perspektiv. Det innebär systematiska årliga kartläggningar och handlingsplaner av områden som till exempel säkerhet, arbetsmiljö och miljö. KappAhl har dessutom en etablerad och transparent dialog med berörda fackliga organisationer. Genom vårt samarbete inom European Work Council, EWC, för vi dialog med arbetsstagarorganisationerna i flera länder samtidigt.

FÅR TOPPBETYG IGEN

Vår årliga medarbetarenkät, KappAhl Attitude Survey (KAS), belyser medarbetarnas attityder kring företaget och sin arbetsplats. Årets undersökning resulterade i fortsatt höga betyg till KappAhl när det gäller verksamheten och arbetsplatsen som helhet: 4,3 (4,2) av 5. Det är klart bättre än snittet i detaljhandeln som helhet, som är 3,7, enligt statistik från Mercuri International, som administrerar undersökningen.

Inom frågeområdet Min arbetssituation, som avser frågor kring utvecklingsmöjligheter, inflytande, och hälsa, gav medarbetarna betyget 4,2 (4,1).

UTVECKLAS I DAGLIGA ARBETET

Vi lägger stor vikt vid att individen och organisationen ska utvecklas i det dagliga arbetet. Dessutom genomför vi regelbundet utbildningar. 2012/2013 lade vi totalt 29 966 (30 352) timmar på kompetensutveckling i koncernen. Det innebär tio utbildningstimmar per heltidstjänst.

PRIORITERAR JÄMSTÄLLDHET

Genom att verka för och ta till vara den stora mångfalden hos våra anställda när det gäller ålder, kön, språk, geografisk och religiös bakgrund skapar vi goda förutsättningar för en modern arbetsplats som speglar det samhälle som vi vill vara en del av. Den senaste undersökningen på området visar att var tredje anställd i KappAhl Sverige har en eller två föräldrar som är födda utanför Sverige. Det är bra eftersom det gör att vår verksamhet blir en spegling av samhället i stort.

UPPMUNTRAR TILL AKTIVT LIV

Arbetsmiljö, utvecklingsmöjligheter och hälsa är tre betydelsefulla delar av vårt arbete för att vi ska trivas och därigenom göra ett bra jobb. Vi uppmuntrar alla medarbetare till ett aktivt liv, som leder till god hälsa – bland annat genom att ge motionsbidrag. Arbetsskador är mycket ovanliga hos oss. Under 2012/2013 rapporterades inga allvarliga incidenter.

Sjukfrånvaron i koncernen om helhet uppgick till 5,6 (5,7) procent under 2012/2013.

STRUKTURERAT SÄKERHETSARBETE

KappAhl bedriver ett strukturerat arbete med riskkartläggning, analys och åtgärder för att ständigt utveckla och säkerställa en säker och trygg arbetsmiljö för våra anställda och kunder. På vårt huvudkontor finns ett Crisis Management Team och

i varje land finns en beredskapsgrupp till hands vid olika incidenter. Grupperna träffas regelbundet för att utvecklas och öva. Under 2012/2013 har det inte skett några allvarliga incidenter med våra kunder och medarbetare, som krävt insatser av företagets kristeam.

EN HANDBOK I SÄKERHETSARBETE

Vi har tagit fram en Security Manual, som fungerar som en handbok och ett stöd i det dagliga säkerhetsarbetet. Behovet av kompetenssäkring hanteras systematiskt – bland annat genom att följa en årscykel för interna utbildningar inom exempelvis utrymnings och rånrelaterade frågor. Vi anordnar även interna utbildningar i säkerhet när nya butiker öppnas samt för alla nyanställda.

NYA ETISKA RIKTLINJER

Under 2012/2013 tog vi fram nya etiska riktlinjer för samtliga medarbetare i koncernen. Här framgår vad som förväntas av oss i vår roll som medarbetare och representant för KappAhl. Riktlinjerna hjälper oss att uppträda som vi vill att andra ska agera mot oss för att skapa ett gott samarbete och för att undvika korruption, intressekonflikter och för att värna om företagets egendom och relationer.

Det är självfallet omöjligt att täcka in alla tänkbara etiska dilemman i den här typen av riktlinjer. Därför uppmanar vi medarbetarna att ta upp enskilda frågor med närmaste chef, vid behov.

Fakta

Koncernen	2012/2013	2011/2012
Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat)	3 021	3 122
Totalt antal medarbetare	4 438	4 468
Andel kvinnor (%)	93,3	92,4
Genomsnittlig ålder	36,9	35,6
Personalomsättning (%)*	11,0	12,4
Sjukfrånvaro (%) (totalt/korttidssjuka/långtidssjuka)	5,6/2,5/3,1	5,7/2,6/3,1

9 000 000 miljömärkta plagg

Våra kunder blir allt mer medvetna om att deras val har stor betydelse för miljön. Denna trend kommer att bli allt starkare under de kommande åren, om man får tro organisationen Business Social Responsibility, BSR. Enligt deras rapport från 2013 är två procent av konsumenterna mycket intresserade av att ha en hållbar livsstil idag, medan 88 procent är ganska intresserade. År 2018 beräknas denna andelen mycket intresserade ha stigit till 98 procent.

Det är en utveckling som kommer att påverka oss och som vi vill bidra till. Faktum är att KappAhl har arbetat i denna riktning sedan lång tid. Redan 1993 kunde våra kunder köpa miljömärkt mode hos oss. Under året som gått var över 9 miljoner av våra plagg miljömärkta. Det motsvarar 18 procent av alla varor.



STORT ANTAL MILJÖMÄRKNINGAR

Det finns ett flertal miljömärkningar för kläder. Bland de vanligast förekommande på KappAhl är Öko-Tex Standard 100, EU-blomman och Ekologisk bomull.

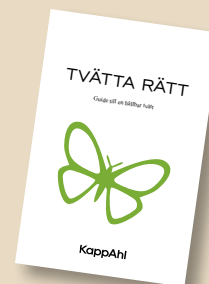
Den humanekologiska märkningen Öko-Tex Standard 100 är det ledande märket för textilier som testats för skadliga ämnen. Här testas hela plagget – allt från sytråd, etiketter, brodyr till tryck gås igenom.

Ekologisk bomull är bomull som har odlats utan användning av farliga kemikalier, kemiska bekämpningsmedel eller konstgödsel. Genmodifierade grödor får heller inte användas. Vår ekologiska bomull är kontrollerad av de certifieringsorgan GOTS och OE/OCS som garanterar att den bomull man köper är ekologiskt odlad.

SAMMA KRAV PÅ ALLA PLAGG

Alla våra plagg möter samma höga krav, även de plagg som inte är miljömärkta ska nå upp till Öko-Tex-nivå. Det som skiljer är att varorna inte är tredjepartscertifierade. KappAhl gör stickprovskontroller av plagg från alla våra leverantörer på tredjepartslaboratorium för att säkerställa att våra krav efterlevs.

LÄS MER OM VÅRA
MILJÖMÄRKNINGAR PÅ
WWW.KAPPAHL.COM.



Tvätta rätt

Hållbarhetsarbetet tar inte slut när vi säljer varorna, och de lämnar butiken. Kundens betydelse för miljön är stor beroende på hur de tvättar och torkar sina plagg.

Redan 2008 genomfördes en livscykelanalys av t-shirts och byxor, från produktion till användning, ur ett klimatperspektiv. Analysen, som bygger på att kunden använder plaggen i två år, pekar på att en stor del av utsläppen, 22 procent för t-shirts och 37 procent för byxor, uppstår vid kundens tvättning och torkning av kläderna. Därför tipsar vi kunderna om hur de kan bidra genom att ta hand om sina kläder på ett hållbart sätt. I vår klädvårdshandbok "Tvätta rätt" hittar de enkla tips för klädvård och tvätt som skonar både miljö, plagg och plånbok.

Faktum är att det finns stora besparingar att göra bara genom att tvätta mer effektivt. En tvätt i 40 grader använder exempelvis nästan hälften så mycket energi som en tvätt i 60 grader.

TVÄTTEMPERATUR/ ENERGIANVÄNDNING

	60°	40°	30°
90°	-40%	-67%	-80%
60°		-45%	-72%
40°			-50%

Källa: Procter & Gamble 2010



”Ekobomull till alla!”

Vi vill att våra kunder ska få mer snygga, hållbara kläder i sin garderob. Årets satsningar på ekologisk bomull till alla våra kundgrupper är ett steg i den riktningen.

NEWBIE VÄXTE UNDER ÅRET

Newbie är en ekovänlig kollektion för familjens allra minsta. Våren 2013 utökades kollektionen till att omfatta även lite större storlekar, upp till 98 centilong.

Newbie tillverkas i naturmaterial för att visa omsorg för barnets känsliga hud samt att medverka till en bättre miljö. Designen andas ett lugn, tack vare extra mjuka och fina material. Stilen är tidlös där en neutral färgskala sätter tonen och gör att kollektionen fungerar säsong efter säsong.

BAS I EKOLOGISK BOMULL

Även våra vuxna kunder ska ha möjlighet att bära ekovänliga plagg. Därför använder vi sedan i år enbart ekologisk bomull i bassortimentet i trikå på KappAhl Dam.

SUCCÉKOLLEKTION TILLBAKA

Under året har vi även förberett relanseringen av succékollektionen ”It’s all about being Friendly”, hösten 2013. Kollektionen är loungeinspirerad, i en dämpad färgskala som skapar med ett mjukt, tidlöst uttryck för mor och barn. Barnens plagg har en tidlös unisexprägel, vilket gör det enkelt att ärva och byta mellan syskon och vänner.

Plaggen är tillverkade i ekologisk bomull och lyocell – som tillverkas av

cellulosa – av hög kvalitet, som gör att de håller länge när man sköter dem väl.

PLAGG SOM BÄRS NÄRA KROPPEN

Även på KappAhl Herr utökar vi andelen ekologisk bomull i sortimentet. Det sker under hösten 2013. De största satsningarna på ekologisk bomull sker inom underkläder och baströjor – plagg som bärs nära kroppen.



NO RISK – I 500 TESTER BARA I ÅR

Vi har ett kontrollprogram, No Risk, för att undvika förekomster av skadliga kemikalier i våra varor.

För att säkerställa att våra kvalitetskrav inom kemikalieområdet följs, i enlighet med den test- och produktionsguide som leverantörerna förbinder sig till, genomför vi regelbundna stickprovskontroller.

BARNKLÄDER PRIORITERAS

Varje kvartal väljer vår kvalitetsavdelning ut två-tre ämnen från vår kravlista, som ska testas. Order och produkter väljs ut av våra produktionskontor enligt en bestämd prioriteringslista där barnkläder och hudnära plagg går först. Varje ämne testas på en till fyra order per kvartal, beroende på hur stor leverantören är.

I 500 TESTER I ÅR

Totalt har vi genomfört 1 500 tester på krediterade laboratorier under 2012/2013. Dessutom gör vi ett stort antal tester internt. Det bör även noteras att de krav som vi ställer är högre än gängse standarder och lagar.

STADIGT BÄTTRE RESULTAT

Vårt arbete ger goda resultat, med ett ökat antal godkända tester år efter år. Av de 1 500 tester som genomfördes under 2012/2013 var 98 procent av varorna godkända. Det kan jämföras med de 2 500 tester som genomfördes 2008–2011, av vilka 93 procent var godkända.



AV DE I 500 TESTER
SOM GENOMFÖRDES
UNDER 2012/2013 VAR
98 PROCENT
AV VARORNA
GODKÄNDA

Icke godkänd test innebär att en särskild åtgärdsplan implementeras och att det sker tre uppföljningstester på leverantörens bekostnad. Om produkterna inte följer lagkraven annulleras ordern.

RÄTT INFORMATION TILL KUNDEN

No Risk tar ett steg längre än EUs lagstiftning REACH, som kräver att vi ansvarar för att informera våra kunder vid eventuell förekomst av farliga ämnen.

För att säkerställa att kunderna alltid ska få korrekt och uppdaterad information, uppmanas butikerna att kontakta huvudkontorets kvalitetsavdelning vid frågor angående kemikalier.

Två promille reklamerar

För att upptäcka eventuella produktionsfel så tidigt som möjligt gör vi noggranna kontroller i produktionen. Kontrollerna görs både av våra egna kvalitetskontrollanter och av externa oberoende laboratorier, och det sker i flera steg.

I regel görs två kontroller per order. Det innebär att vi har kvalitetsansvariga på plats större delen av tiden hos våra stora leverantörer, medan vissa mindre leverantörer får besök bara några gånger per år.

Kvalitetskontrollerna ger goda resultat. Andelen reklamationer från kunder uppgår till endast 0,2 procent.



I UPPFÖLJNING-
ARBETET INGÅR LEDNING
OCH STYRNING AV
MILJÖARBETET, FARLIGT
AVFALL, KEMIKALIER
SAMT VATTENRENING.

Guidar leverantörerna rätt

Vårt mode ska vara så miljö- och människovänligt som möjligt. Vi ställer därför tydliga krav på våra leverantörer när det gäller bland annat kemikalier i själva varan och i tillverkningsfasen. Kraven med påföljande kontroller säkerställer även att barnsäkerhet och övriga fysiska kvalitetskrav efterlevs.

GRANSKAR UTIFRÅN MILJÖKODEN

KappAhls miljökod hjälper oss att granska de leverantörer som har en egen våtprocess, det vill säga att de producerar hela plagget från garn till färdigt plagg. Arbetet pågår i Bangladesh och Indien där behovet är stort. I uppföljningsarbetet ingår ledning och styrning av miljöarbetet,

farligt avfall, kemikalier samt vattenrening.

MANUAL SOM SKA FÖLJAS

Vi har en produktionsmanual som våra leverantörer förbinder sig att följa: Test and Manufacturing Guide (TMG). TMG omfattar bland annat en lista över förbjudna eller reglerade kemikalier i våra plagg, fysiska krav på plaggen och säkerhet i barnkläder. Kraven i manualen höjs löpande. 2012/2013 har den främst skärpts inom kemikalieområdet.

TMG är pedagogiskt uppbyggd och samtliga medarbetare som arbetar med kvalitetsuppföljning på produktionskontoren utbildas i att använda dokumenten.





Nätverkar för ökad säkerhet

KappaAhl sitter med i flera forum för att hålla sig uppdaterade på nya lagar och direktiv samt för att jobba med miljö-, säkerhets- och kvalitetsfrågor kopplade till produkterna. Hit hör svenska standardiseringsarbetet inom SIS – bland annat inom gruppen för kemi och den för barnsäkerhet.

PRIORITERAR BARNSÄKERHET

Vi prioriterar säkerheten i våra barnkläder, hela vägen från design till produktion och utför ett stort antal stickprovskontroller.

Vi genomför regelbundna barnsäkerhetsutbildningar, både för medarbetare inom design och inköp och ute på produktionskontoren.

I designfasen finns det tydliga restriktioner, exempelvis när det gäller snoddar och dragband. För att säkerställa att direktiven följs finns det en checklista som varje produktionskontrollant följer.

Utöver att delta i SIS deltar vi bland annat i Kemikaliegruppen på Swerea IVF, där vi håller oss uppdaterade inom EU-direktiv, REACH och utbyter kunskap och erfarenhet inom kemikaliefrågor i stort.

Policies för vårt arbete

Vi har ett stort antal policies och handlingsplaner som styr vårt arbete med miljö och socialt ansvar exempelvis inom jämställdhet och mångfald, arbetsmiljöpolicy, etiska riktlinjer samt policies kring våra kläder där vi tar avstånd från våld, rasism, sexism, päls och grymhet mot djur.

DU KAN LÄSA MER
OM VÅRA POLICIES PÅ
WWW.KAPPAHL.COM.



Återigen prisat för kvalitet

Vi ser på kvalitet ur ett helhets- och hållbarhetsperspektiv. Plaggen ska inte bara vara snygga. De ska även vara sköna och hålla det vi lovar.

Därför är det kul att vi även i år hamnar i topp i oberoende kvalitetstester.

BÄST I TEST!

I maj 2013 fick våra solskyddskläder betyget "Bäst i test", med 4,4 av 5 möjliga poäng i Testfaktas stora test. Vid årets test av barnoveraller av Testfakta placerade sig vår vinteroverall åter i topp, med bästa resultat för overaller som kostar under 800 kronor och som inte fick anmärkningar på kemikalier. Dessutom hamnade vår strumpbyxa på en hedrande tredjeplats i Råd och Röns test för året, bland annat tack vare hög hållfasthet.

REGNSTÄLL I TOPP

Testfakta genomför tester av regnställ vartannat år. Den senaste testen genomfördes våren 2012. Då fick KappAhls Kaxs regnställ också toppbetyg. I testet undersöktes kvaliteten hos tolv regnställ och resultaten pekade på stora skillnader. Med totalbetyget 4,8 av 5 möjliga och omdömet "Mycket bra" placerade sig vårt regnställ på en andra plats – med god prismarginal till testets vinnare.



VID ÅRETS TEST AV BARNOVERALLER AV TESTFAKTA PLACERADE SIG VÅR VINTEROVERALL ÅTER I TOPP.



I MAJ 2013 FICK VÅRA SOLSKYDDSKLÄDER BETYGET "BÄST I TEST", MED 4,4 AV 5 MÖJLIGA POÄNG I TESTFAKTAS STORA TEST.

KAPPAHLS RESA GENOM HÅLLBARHETEN



1993–1999 Första kollektionen eko-kläder, Uppförandekoden införs, miljöutredning genomförs, inspektioner hos leverantörer påbörjas, blir första modekedjan i världen med miljöcertifiering ISO 14001, grön el inhandlas till verksamheten i Sverige.

2000–2007 Miljömärkta plagg ökar, medlem i BSCI*, medlem i norska IEH*, börjar kommunicera kring hållbarhetsfrågor, genomför nysatsning på ekologisk bomull i plagg, uppförandekodarbetet omorganiserar och effektiviserar, inför klimatkompensation av tjänsteresor med flyg, första hållbarhetsrapporten Mode, Miljö, Moral publiceras.

2008 Klimatanalys av t-shirt och byxa, utsläppen av CO₂ från transporter minskar efter ett medvetet arbete, publicering av första Tvätta rätt-broschyren,

10% av sortimentet består av miljömärkt mode.

2009 Samtliga påsar i butik framställs av återvunnen plast, utsågs till Årets Blommående företag av Majblommans riksförbund i Sverige, 15% av sortimentet består av miljömärkta kläder, blir medlemmar i Clean Shipping Index

2010 Medlem i BSR*, samlade in drygt 1,4 miljoner till Go Red i Finland, Norge och Sverige, tar till vara överblivna kläder och skänker till lokal välgörenhet, 18% av sortimentet är miljömärkt, träningscenter för utsatta kvinnor startas i Bangladesh, en av huvudsponsorerna till SFA*, KappAhl utses till bästa arbetsplats.

2011 Startar Cleaner Production-projektet i Bangladesh, påbörjar brandsäkerhetsutbildning i Bangladesh, första skörd av BCI-bomull* i eget projekt,

lanserar It's all about being friendly, lanserar Newbie.

2012 Hållbarhetsplattformen Future Friendly Fashion presenteras, Cleaner Production-projekt i Indien, medlem i T4RI*, 20% miljömärkta plagg, uppdaterar Tvätta rätt-broschyren.

2013 Offentliggör leverantörslistan, skriver på "Accordet"*, minskar CO₂-utsläppen, andelen ekologisk bomull utökas väsentligt.

* BSCI – Business Social Compliance Initiative
IEH – Initiativ för Etisk Handel
BSR – Business Social Responsibility
SFA – Sustainable Fashion Academy
BCI – Better Cotton Initiative
T4RI – Textiles for Recycling Initiative
Accordet – Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh

Plus i kanten från Swedbank

Ett av många bevis på att KappAhl lever upp till högt ställda krav inom hållbarhetsarbetet är att företaget, efter en grundlig analys, är godkänt som investeringsobjekt för samtliga etikfonder hos Swedbank Robur.

Vid Swedbank Roburs senaste granskning, 2012, fick vi godkänt med tillägget ”Gott exempel”.

Motiveringen lyder: ”KappAhl har tidigare varit godkänt i vår hållbarhetsanalys och är fortsatt godkänt med gott exempel. Det motiveras med att KappAhl, utifrån bolagets storlek, utmärker sig inom branschen med ett långtgående hållbarhetsarbete som hanterar bolagets hållbarhetsrisker. Hållbarhetsarbetet redovisas tydligt och transparent och det finns en tydlig koppling mellan strategi, mål och aktiviteter. Såväl leverantörskedjan som egen verksamhet, produkter och egen personal omfattas av hållbarhetsarbetet.”



Positivt uttalande från SP

SP, Sveriges Tekniska Forskningsinstitut lämnade följande positiva utlåtande vid revisionen av miljöledningssystemet 2013: ”Den kompetenta och engagerade personalen är en stor styrka för verksamheten. Flera exempel på bra miljöarbete presenterades under revisionen av initierad och kunnig personal. Hållbarhetsperspektivets framträdande roll i affärsplan och det strategiska arbetet utgör en betydande styrka för verksamheten.”



GRI-INDIKATOR		Status	Hänvisning/ kommentar
1.0	STRATEGI OCH ANALYS		
1.1	Uttalande från vd.	●	2–3
2.0	ORGANISATIONSPROFIL		
2.1	Organisationens namn.	●	Framsida
2.2	De viktigaste varumärkena, produkterna och tjänsterna.	●	Insida omslag
2.3	Organisationsstruktur.	●	ÅR 26, 55
2.4	Lokalisering av organisationens huvudkontor.	●	Insida omslag
2.5	Länder där organisationen är verksam.	●	Insida omslag, 18–19
2.6	Ägarstruktur och företagsform.	●	Insida omslag
2.7	Marknader som organisationen är verksam på.	●	Insida omslag
2.8	Bolagets storlek och omfattning.	●	Insida omslag
2.9	Väsentliga förändringar under redovisningsperioden.	●	Inga förändringar
2.10	Utmärkelser och priser som mottagits under redovisningsperioden.	●	13, 27
3.0	INFORMATION OM REDOVISNINGEN		
3.1	Redovisningsperiod	●	Insida omslag
3.2	Datum för publicering av den senaste redovisningen.	●	Insida omslag
3.3	Redovisningscykel	●	Insida omslag
3.4	Kontaktperson för frågor angående redovisningen och dess innehåll.	●	33
3.5	Processer för definition av innehållet i redovisningen.	●	Insida omslag, 4–5
3.6	Redovisningens avgränsning.	●	Insida omslag
3.7	Eventuella särskilda begränsningar av redovisningens omfattning och avgränsning.	●	Inga begränsningar
3.8	Redovisningsprinciper gällande rapportering av dotterbolag m.m.	●	Insida omslag
3.10	Förklaring av effekten av förändringar av information som lämnats i tidigare redovisningar, och skälen för sådana förändringar.	●	Inga förändringar
3.11	Väsentliga förändringar som gjorts sedan föregående redovisningsperiod vad gäller avgränsning, omfattning eller mätmetoder som använts i redovisningen.	●	Inga förändringar
3.12	Innehållsförteckning enligt GRI som visar var i redovisningen standardupplysningarna finns.	●	30–31
3.13	Policy och nuvarande tillämpning avseende att låta redovisningen externt bestyrkas.	●	Insida omslag
4.0	STYRNING, ÅTAGANDEN OCH INTRESSENTRELATIONER		
4.1	Bolagsstyrning.	●	ÅR 59–67
4.2	Beskriv huruvida styrelseordföranden också är verkställande direktör.	●	ÅR 64–67
4.3	För organisationer som endast har en styrelsenivå: antalet medlemmar inom denna som är oberoende och/eller inte ingår i företagsledningen.	●	Ej relevant
4.4	Möjligheter för aktieägare och anställda att komma med rekommendationer eller vägledning till styrelsen eller företagsledningen.	●	ÅR 67, 68
4.14	Intressentgrupper som organisationen har kontakt med.	●	4–5

- Fullt redovisad
- ◐ Delvis redovisad

GRI-INDIKATOR		Status	Hänvisning/ kommentar
4.15	Princip för identifiering och urval av intressenter.	●	4–5
RESULTATINDIKATORER			
<i>Ekonomi</i>			
EC8	Utveckling och effekt av infrastrukturinvesteringar.	●	10, 20
EC9	Betydande indirekta ekonomiska effekter, inklusive effekternas omfattning.	●	10–11, 14, 20
<i>Miljö</i>			
EN1	Materialanvändning	●	11
EN2	Återvunnet material i procent av materialanvändning.	◐	13
EN4	Indirekt energianvändning.	◐	13
EN5	Minskad energianvändning genom sparande och effektivitetsförbättringar.	●	13
EN8	Total vattenanvändning per källa.	◐	6, 10–11
EN16	Totala direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser, i vikt.	◐	12
EN18	Initiativ för att minska utsläppen av växthusgaser, samt uppnådd minskning.	●	12
EN22	Total avfallsvikt per typ och hanteringsmetod.	◐	13
EN26	Åtgärder för att minska miljöpåverkan från produkter och tjänster, samt resultat härav.	●	6–13, 22–25
EN27	Procent av sålda produkter och deras förpackningar som återinsamlas, per kategori.	◐	7, 13
EN28	Böter och förelägganden/sanktioner till följd av överträdelse av miljölagstiftning.	●	Inga böter
EN29	Väsentlig miljöpåverkan genom transport av produkter och andra varor och material som används i organisationens verksamhet inklusive medarbetarnas arbetsresor/tjänsteresor.	◐	12
<i>Arbetsförhållanden</i>			
LA2	Personalomsättning per åldersgrupp, kön och region.	◐	21
LA7	Omfattningen av skador, arbetsrelaterade sjukdomar, frånvaro samt arbetsrelaterade dödsolyckor.	●	21
LA10	Genomsnittligt antal och utbildningstimmar per anställd och år.	●	21
LA13	Sammansättning av styrelse och ledning samt uppdelning av andra anställda efter kön, åldersgrupp, minoritetsgrupptillhörighet och andra mångfaldsindikatorer.	◐	21, ÅR 64–67
<i>Mänskliga rättigheter</i>			
HR1	Procentuell andel och antal betydande investeringsbeslut som inkluderar krav gällande mänskliga rättigheter, eller som har genomgått en granskning av hur mänskliga rättigheter hanteras.	●	15–16
HR2	Procent av betydande leverantörer och underleverantörer som har granskats avseende efterlevnad av mänskliga rättigheter, samt vidtagna åtgärder.	●	15–16
<i>Samhällsansvar</i>			
SO3	Procentandel av de anställda som genomgått utbildning i organisationens policyer och rutiner avseende motverkan mot korruption.	◐	21
<i>Produktansvar</i>			
PR1	Andelen av väsentliga produkt- och tjänstekategorier som utvärderats avseende hälsa och säkerhet.	●	24
PR2	Totalt antal fall där regler och frivilliga koder gällande hälso- och säkerhetspåverkan från produkter och tjänster under deras livscykel inte efterlevts.	●	Inga rapporterade fall
PR3	Typ av produkt- och tjänsteinformation som krävs enligt rutinerna, samt andel i procent av produkter och tjänster som berörs av dessa krav.	◐	24
PR4	Totalt antal fall där bestämmelser och frivilliga koder för information om och märkning av produkter och tjänster inte följts. Informationen ska ges uppdelat efter effekten av bristen på efterlevnad.	●	Inga fall
PR5	Rutiner för kundnöjdhet inkl. resultat från kundundersökningar.	◐	24
PR9	Betydande bötesbelopp för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster.	●	Inga böter



Kontakta oss gärna!

Vi vill ha en öppen, rak och konstruktiv dialog med våra intressenter kring det hållbarhetsarbete vi bedriver. Därför uppskattar vi om du hör av dig med synpunkter på vad vi gör eller vad vi borde göra.

Frågor om hållbarhetsarbetet och denna rapport besvaras via miljo@kappahl.com och csr@kappahl.com.

Mer information om vårt hållbarhetsarbete hittar du på www.kappahl.com under Future Friendly Fashion.

”Avslutningsvis vill jag poängtera att även om vi är stolta över mycket som görs inom hållbarhetsområdet är vi alla ytterst medvetna om att det finns oändligt mycket mer att göra. Och att det är viktigt att vi fortsätter på den inslagna vägen.”

JOHAN ÅBERG, VD-ORD, SIDORNA 2–3.



www.kappahl.com

