# HÅLLBARHETSREDOVISNING

## 2016

ginatricot

# 16

## EASY GOING.
## FULLY COMMITTED.

**INNEHÅLL**


**3.** VD-ORD
**4.** GINA TRICOT-ANDAN
**8.** VÅR LÅNGSIKTIGA PLAN
**10.** DESIGNPROCESSEN
**15.** LEVERANTÖRSSAMARBETEN OCH UTVECKLING
**17.** HÅLLBARHET – EN DEL AV ORGANISATIONEN
**18.** VÅR GLOBALA ARENA
**20.** VÅRT VATTEN
**21.** VÅR BOMULL
**23.** VÅR SKOG
**24.** ÅTERVINNING AV TEXTILIER
**25.** VÅR PRODUKTPOLICY
**26.** HÅLLBARA TRANSPORTER
**27.** UTBILDNING I BANGLADESH
**30**. VÅRT INTERNA FOKUS
**32**. GINA TRICOT GRAND PRIX

**34. VÄSENTLIGHETSANALYS**
**37. GRI INDEX**

GRI-information. 34

Vår globala arena. 19

Designprocessen. 10

# UTMANINGAR OCH MÖJLIGHETER SOM DRIVER OSS

**Gina Tricot grundades 1997.**
Då var vi en butikskedja som sålde kommersiellt gångbara, feminina trikåplagg. Vårt huvudkontor finns fortfarande i Borås där allt började, men idag är vi också en internationell modedestination som erbjuder kläder och accessoarer till stilmedvetna kvinnor i 28 länder. Den globala spelplanen skapar komplexa utmaningar, men den öppnar också möjligheter för oss att göra verklig skillnad i världen. Vi ser kommunikation och handel mellan människor och länder som något positivt, utvecklande och välfärdsskapande.

I många länder är lönenivån låg och möjligheten till friskt vatten, fungerande avlopp och övriga grundläggande förutsättningar för ett bra liv är mycket begränsade. Där gör Gina Tricot positiv skillnad genom våra inköp och genom de krav på arbetsvillkor vi ställer på våra leverantörer.

Under 2016 har vi till exempel fortsatt att aktivt verka i sammanhang där vi kan påverka tillsammans med andra aktörer. Vårt medlemskap i BSCI, SWTI, The Accord och UNICEF samarbetet i Dhaka har bidragit till en mer hållbar produktion av textilier och till ett bättre liv för många människor.

"EN HÅLLBAR UTVECKLING BYGGER PÅ ATT RESURSER, MÄNNISKOR OCH MATERIEL INTE ÖVERUTNYTTJAS, UTAN ÄR EN DEL AV EN LÅNGSIKTIGT FUNGERANDE MODELL."

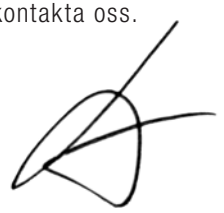
**HÅLLBAR KOSTNADSMINSKNING**
2016 genomförde vi ett genomgripande kostnadsminskningsprogram för Gina Tricot. Det var viktigt för bolaget att kunna genomföra kostnadsminskningarna utan att på något sätt begränsa eller minska hållbarhetsarbetet. Det lyckades och insatserna gav resultat som ledde till resultatförbättringar och till finansiell stabilitet.

**UTVECKLING MED MEDARBETARNA**
Fortsatt utveckling av våra medarbetare är ett annat område som varit i fokus under 2016. Vi har bland annat genomfört en omfattande ledarskapsutbildning. Vi har också genomfört en stor intern utbildningssatsning för att stärka värdegrunden som styr våra beslut i vardagen.

**PÅ VÄG MOT 2028**
Under året har vi uppnått flera viktiga resultat på vägen mot våra 2028-mål för hållbarhetsarbetet. På bomullsfronten är vi redan halvvägs. Cirka 50 % av vår bomull kommer nu från hållbara källor. Vi kan också se att transporterna med flyg bara är 5 % av den totala fraktvolymen och att andelen tågtransporter från Kina och Turkiet har ökat.

**FORTSÄTTNINGEN**
Hållbarhetsredovisningen 2016 är den femte som Gina Tricot publicerar och vi har i år valt att redovisa enligt Global Reporting Initiative's senaste riktlinjer, GRI Standards. I år ger vi dig bland annat en inblick i det som är Gina andan, betydelsen av utbildning och designprocessen bakom de plagg som våra kunder lever sin vardag i.

Nu välkomnar vi dig till en läsning om vår vardag med alla dess möjligheter och utmaningar. Vill du veta mer är du mycket välkommen att kontakta oss.



Per Johan Swartling
Tf CEO

# MER ÄN ETT JOBB

**Lyckas vi rekrytera medarbetare som delar vår värdegrund och väljer att stanna för att utvecklas med oss, då lyckas vi som företag. Därför jobbar vi hårt och långsiktigt med att skapa en sund och attraktiv arbetsmiljö, varje dag.**

”För många anställda är Gina Tricot den första arbetsgivaren”, berättar Heléne Kry, rekryteringsansvarig. ”När vi anställer yngre personer direkt från högskola och universitet får vi oftast personer som är orädda, nytänkande och vågar ifrågasätta saker och ting. I gengäld kan vi erbjuda en möjlighet att växa i sin roll och inom företaget.”

Gina Tricot har utvecklat ett omfattande introduktionsprogram där alla anställda får en individuell karriärplan som följs upp i utvecklingssamtal.Det krävs en genomtänkt organisation då vi ofta satsar på yngre och mindre erfarna medarbetare.

”Vi är ett företag som vågar satsa på dem med lite eller ingen arbetslivserfarenhet. Vi är stolta över att erbjuda flera karriärvägar. Man kan snabbt byta jobb internt, eller arbeta utomlands.”

**ETT NYTT ATTRAKTIVT ERBJUDANDE**

Under 2016 har Gina Tricot arbetat fram och lanserat företagets Employer Value Proposition (EVP). Det är vårt medarbetarerbjudande för både nuvarande och potentiella medarbetare. Genom att förtydliga varför du ska arbeta just här hoppas vi locka de personer som Gina Tricot verkligen behöver och som trivs i den organisation vi har byggt upp.

**EASY GOING.**
**FULLY COMMITTED.**

*Gina Tricot EVP:*
**MORE THAN A JOB**

At Gina Tricot we are lucky enough to do something we are incredibly passionate about. And it shows! It is clear in our culture, in our teamwork and in our products. By putting our hearts into everything we do, we have created a unique set of values that we practically live by. These values create an atmosphere where success and individual development is made possible, and where our passion for this industry gets to shine.

If you want to join a dream team with crazy amounts of passion, then Gina Tricot is the perfect place. We would love to have you!

GINA TRICOT-ANDAN

**HR – ETT AKTIVT STÖD FÖR BÅDE CHEFER OCH MEDARBETARE**

Något som karaktäriserar majoriteten av medarbetarna på Gina Tricot är höga prestations- och ambitionskrav. Vi brinner för mode och vill skapa resultat.

”Att arbeta här är lite av en livsstil. Men det är en tuff bransch och från ett HR-perspektiv ser vi att vi ibland måste bromsa våra medarbetare lite.

HR-avdelningen är ett stöd till våra chefer när det kommer till att coacha och leda medarbetarna genom exempelvis utvecklingssamtal, uppföljningar och kontinuerlig feedback. På så sätt utvecklar vi individerna och får i gengäld en effektiv organisation”, säger Heléne Kry, rekryteringsansvarig.

**VÄRDERINGSDRIVET PÅ RIKTIGT**

Framgångsfaktorn för Gina Tricot är att vi är och har alltid varit ett värderingsstyrt tillväxtföretag. Det innebär att vi aktivt arbetar med vårt kultur- och värderingsarbete. Till vardags blir våra värderingar en guide som underlättar hur vi tar beslut på alla nivåer och hur du som medarbetare beter dig mot dina kollegor. Därför lägger vi mycket stor vikt vid att hitta rätt person i en rekryteringsprocess. Medarbetare som känner sig bekväma med och delar våra värderingar.

WE INSPIRE WOMEN WITH

**WOW**

**FACTOR FASHION**

WE ARE GINATRICOT

WE CREATE PROFITABLE GROWTH

WE LOVE OUR CUSTOMER

**PASSION & COMMITMENT**

VI BRINNER FÖR VÅRT ARBETE

**SMARTNESS**

VI ÄR ENTREPRENÖRIELLA OCH SÖKER SMARTA, KOSTNADSEFFEKTIVA LÖSNINGAR

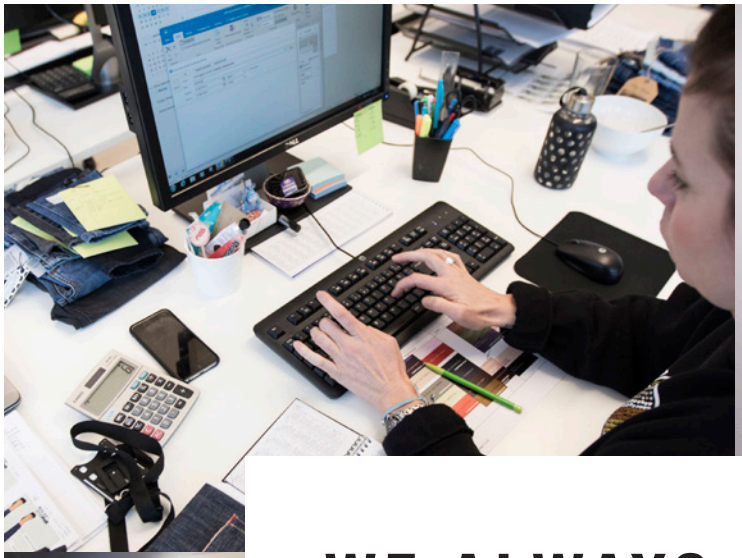
**CHALLENGE**

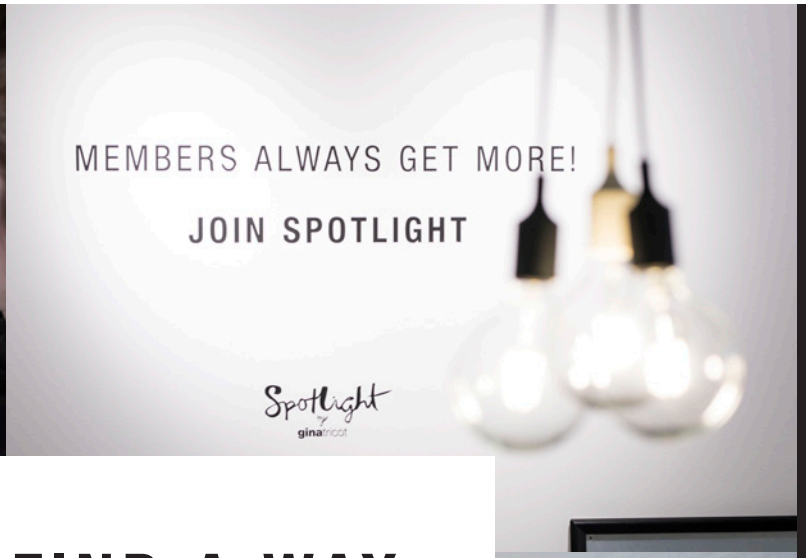
VI TESTAR, GÖR OCH UTVÄRDERAR

**TEAMWORK**

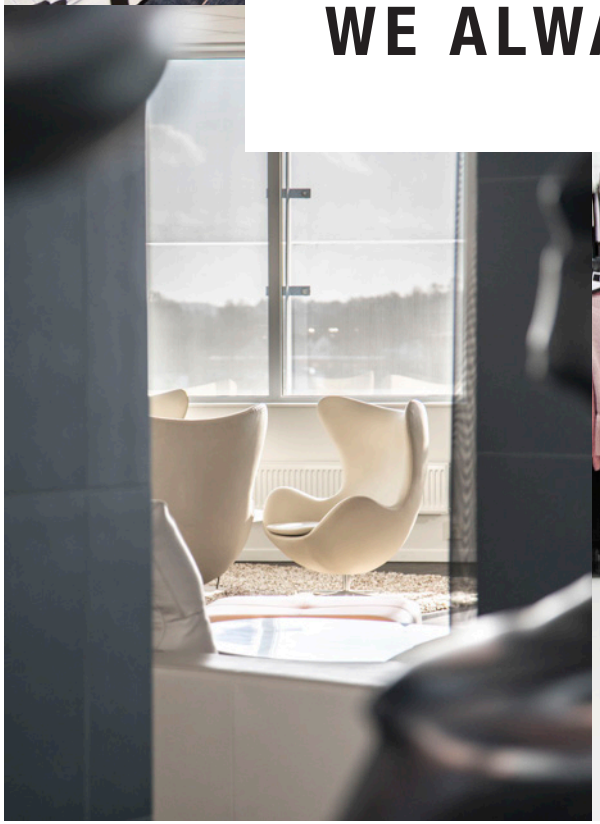
TILLSAMMANS BLIR VI VINNARE

WE ARE RESPONSIBLE






# WE ALWAYS FIND A WAY



**ÅRETS KARRIÄRFÖRETAG – IGEN**
Vi vinner på att våra medarbetare trivs och har möjligheter att fortsätta utvecklas inom företaget. Gina Tricot blev även detta år nominerade och utnämnda till ”Årets Karriärföretag”. Att vara ett certifierat karriärföretag är en svensk kvalitetsstämpel för de arbetsgivare som har hög kvalité i sitt Employer Branding arbete och som kan erbjuda unika karriär- och utvecklingsmöjligheter till sina medarbetare. Det innebär att Gina Tricot har ett personligt engagemang och bra resultat i den mätning som har genomförts inom Employer Branding.

Gina Tricot driver ett omfattande och långsiktigt arbete med att kompetensutveckla våra medarbetare. Lärande är ett centralt begrepp och vi arbetar mycket med både praktiskt internt utbyte och interna workshops.

Under 2016 har vi gjort en storsatsning med ett ledarutvecklingsprogram för cirka 60 chefer i organisationen. Mycket handlar om att behålla den speciella Gina Tricot-andan. Det är extra viktigt när vi har butiker i fem länder och landskontor i Bangladesh och Kina. När vi startade på 90-talet var vi en uppstickare, ett företag med spring i benen. Det är vi på flera sätt fortfarande!

**1 954**

personer jobbar totalt på Gina Tricot.
Av dem är 40 män.*

**STYRELSEN**

**3** kvinnor **6** män

**LEDNINGSGRUPP**

**4** kvinnor **5** män

**CHEFER/STAB**

**234** kvinnor **10** män

**ÖVRIGA ANSTÄLLDA**

**1 676** kvinnor **25** män

** Styrelsen ej inräknad.*

**4,7 %**

var sjukfrånvaron 2016. Det är en minskning från 2015 då siffran låg på 5,7% och 2014 då den var 6,5%.

» Här är många eldsjälar som tänker och driver arbetet mer som entreprenörer med ett ansvarstagande som om det vore deras eget företag. Man känner att vi är en del av något, en familjär känsla. **Vi är en härlig mix av människor med respekt för varandras olikheter**. Alla presterar och brinner för sitt jobb på ett unikt sätt.«

Johanna Berghult,
*designer på Gina Tricot*

# MED 2028 I SIKTE

**Vi har valt att sammanfatta de mest väsentliga delarna av vårt hållbarhetsarbete i en målsättning som tar fasta på året 2028.**

Målsättningen hjälper oss att hålla riktningen och fortsätta utvecklas inom de områden som är viktigast för oss. I den globala textilindustrins komplexa värld ger vår långsiktiga plan oss en tydlighet i hållbarhetsarbetets vardag.

*2028 ska:*

- alla produkter vara producerade i hållbara material.
- all produktion ske på ett hållbart sätt.
- alla transporter ske med hållbara metoder.
- alla produkter vara en resurs när kunden inte längre vill ha dem.

**HÅLLBARA MATERIAL**

Vi utgår från vedertagen branschpraxis när vi klassar de olika materialen som finns på marknaden. Arbetet mot mer hållbara material innebär att vi arbetar kontinuerligt med att öka andelen av dessa material i kollektionen, men vi håller också ögonen öppna för nya material. För att uppnå 100 % är vi helt beroende av den omställning vi tror oss se i branschen, att nya innovativa material blir kommersiellt tillgängliga.

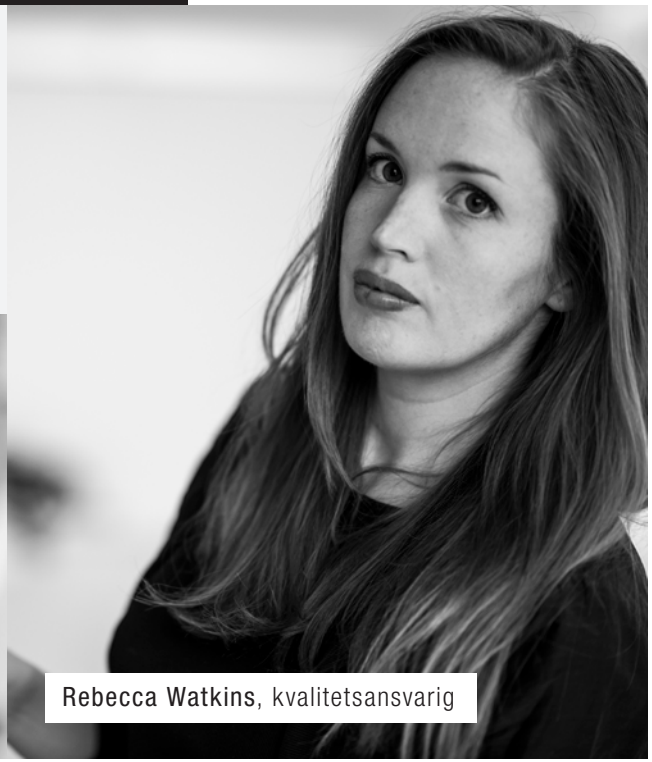
*Material vi klassat som hållbara:*

- Ekologisk bomull
- Bomull från Better Cotton Initiative
- Lin
- Tencel®
- ProViscose®
- ProModal®
- Lenzing viscose®
- Återvunna material

| HÅLLBART MATERIAL | ANDEL AV PRODUCERADE PLAGG (%) |
|---|---|
| Ekologisk bomull | 11,4% |
| Tencel® | 0,2% |
| ProViscose® | 0,3% |
| Återvunnen polyester | 0,1% |
| Lenzing viscose® | 10,7% |
| Better Cotton | 7,2% |
| **Totalt** | **30%** |

**30%**

av våra produkter tillverkades av mer hållbara material 2016. Motsvarande siffra 2015 var 20%.



Rebecca Watkins, kvalitetsansvarig

”2016 blev året där nästan vartannat bomullsplagg var av mer hållbar bomull”, berättar Rebecca Watkins, Kvalitetsansvarig på Gina Tricot.

”Totalt är nästan vart tredje plagg gjort i ett hållbart material. 2015 var vart femte plagg gjort i ett hållbart material – så utvecklingen, implementeringen i inköpsprocessen och efterfrågan hos våra kunder ökar! Våra inköpare är oerhört ”taggade” att nå våra hållbarhetsmål, vilket syns i våra material-, sourcing- och transportval.”

**HÅLLBAR PRODUKTION**

En av branschens stora hållbarhetsutmaningar är att se helheten. Långa, komplexa material- och produktionskedjor har traditionellt gjort att företags ansvar endast kunnat omfatta de sista leden av produktionen. Med hållbar produktion menar vi att samtliga personer som rört någonting som blir en produkt hos Gina Tricot omfattas av de villkor vi satt upp i vår uppförandekod. För att kunna lyckas med det behöver vi samarbeta och ha lokal närvaro.

**HÅLLBARA TRANSPORTER**

För att transportera hållbart måste vi välja rätt transportslag, till sjöss eller järnväg snarare än flyg och lastbil. Men det handlar också om att transportera smartare. Att planera transporterna bättre så att vi kan samfrakta, frakta mer platseffektivt och kombinera transportslag mer effektivt – miljömässigt och ekonomiskt.

**ÅTERVINNING**

För att se till att uttjänta plagg blir en resurs behöver vi ställa om. Det handlar om textila avfallskedjor, men också om design. Redan på designstadiet behöver vi använda återvinningsbara material och kompositioner i högre grad. När plagget sen är uttjänt behöver vi ha en rationell och storskalig sortering av textilt avfall och tekniker för materialåtervinning måste utvecklas. En förutsättning för att kunna lyckas med detta är samarbete, både mellan branschens aktörer och mellan branschen och samhället. Alla måste enas om att styra materialströmmarna till de aktörer som kan återvinna materialet.

”Vi behöver samarbeten för att förverkliga vår vision. Med Better Cotton Initiative kan vi bidra till att ge bomullsodlarna en bättre tillvaro. Sweden Textile Water Initiative ger oss möjlighet att jobba med vattenfrågor i leverantörsländerna. Vårt medlemskap i Business Social Compliance Initiative ger oss möjlighet att påverka arbetsvillkor och ger kraft åt vår uppförandekod. Och tillsammans med HumanBridge och Siptex är vi med och skapar förutsättningar för nya sorterings- och återvinningstekniker”, säger Rebecca Watkins.

# DESIGNPROCESSEN – ETT INSPIRERANDE PUSSEL

Anna Appelqvist, *inköps- och designchef*

**Modevärlden är spännande och snabb. För designern hos Gina Tricot gäller det att vara steget före med lika delar kunskap och passion.**

Modet kan snabbt svänga, men designen bakom är alltid en gedigen process. Inspirerande och utmanande. ”Vår designprocess börjar med trendspaning, både genom att se på visningar och genom resor. Därefter sätter vi de stora dragen, vilka färger och siluetter vi tror på för nästa år. Vi letar också efter det alla kallar ”fenomen”, de där speciella plaggen eller detaljerna som vi plötsligt älskar”, berättar Anna Appelqvist, inköps- och designchef.

Med de vägledande pusselbitarna på plats följer en lång process och det är många beståndsdelar som ska klaffa. De nya kollektionerna ska vara samstämmiga och de olika produktgrupperna ska synkas ihop. Det är ändå bara början. Sen drar planeringen igång. Olika material ska väljas, mått och utförande ska stämmas av.

”Kvalitén är avgörande, att vi väljer rätt blandningar av olika fibrer och att plaggen håller för nötning och tvätt. Att säkerställa detta är en kontinuerlig del av produktutvecklingen.”

**KUNSKAP OCH ERFARENHET MÖTER PASSION OCH NYFIKENHET**

”Att arbeta med mode är på sätt och vis alltid en chansning. Långt i förväg ska vi gissa vad folk vill ha på sig. Men med tiden lär man sig känna när det är rätt. Det är en fråga om erfarenhet, men handlar också om magkänsla och modetalang. Gina Tricot är vi helt beroende av våra duktiga medarbetare och av att vi skapar en kreativ miljö där vi låter åsikter komma fram. Ibland blir diskussionerna hetsiga, men det är så det ska vara. Viktigast av allt är att vi känner passion, glädje och spring i benen. Det är då vi får ihop det.”

**KLÄDERNA ÖVERLEVER MODET**

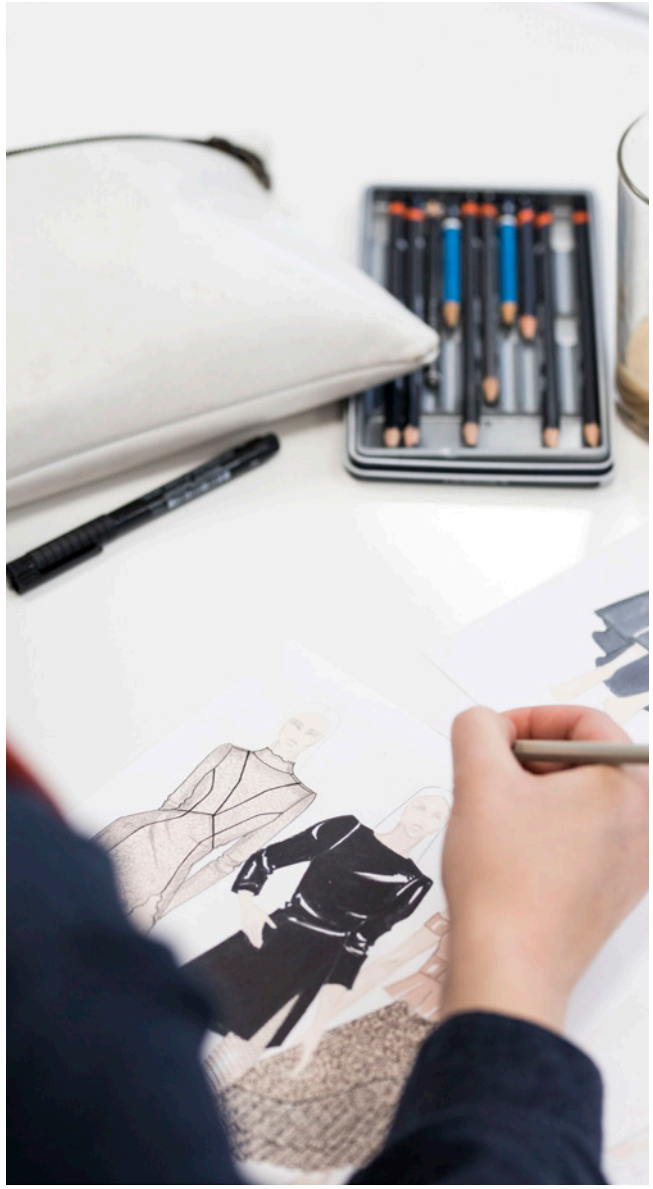
En grundläggande hållbarhetsutmaning när man arbetar med mode är att materialen i plaggen håller längre än modet.

”Vi försöker hela tiden öka andelen hållbara material, men materialåtervinning är oerhört viktigt. Vi vill verkligen uppmana våra kunder att lämna sina uttjänta plagg till oss så att de kan återvinnas eller återanvändas via en välgörenhetsorganisation. Viktigast av allt är att plaggen kommer tillbaka in i kretsloppet och inte eldas upp eller slängs på tippen. I takt med att återvinningssystemen byggs upp kommer vi också anpassa vår designprocess, till exempel genom att styra materialkompositionerna till de som är enklast att återvinna.”

## RESPONSIBILITY BY DESIGN

**INSPIRATION PÅ ARBETSSCHEMAT**

”Som inköpare och designer är det oerhört viktigt att inspireras och hålla sig uppdaterad med det senaste inom ny teknik och material. Därför bjöd vi under 2016 in Swedish fashion council för en hållbarhetsworkshop. Det blev ett tillfälle att inspireras, diskutera utmaningar och möjligheter samt att gemensamt koppla vårt arbete till FN:s globala hållbarhetsmål. Att diskutera allt från hållbarhet i produktionsled till hur vi vill hantera tygspill och minska plastpåsanvändandet i en mycket entusiastisk grupp är oerhört givande. En nyttig övning som mynnat ut i olika projektarbeten över avdelningsgränser”, berättar Anna Appelqvist.

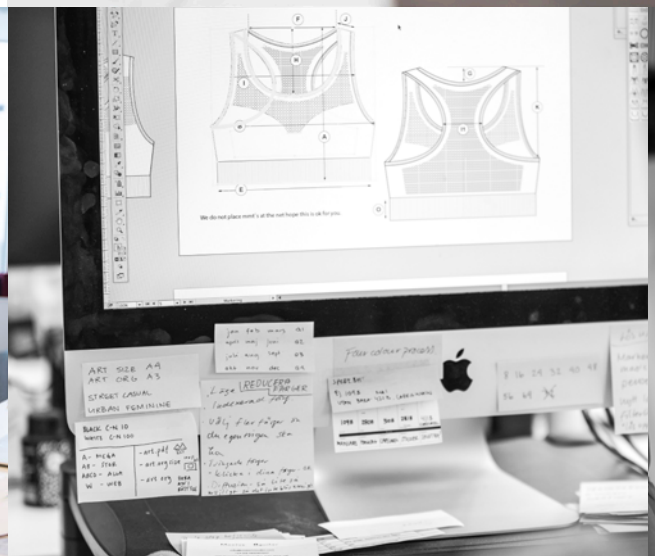


**VIKTIG KLÄDVÅRD**
Det är inte bara material och tillverkning som har stor betydelse för plaggets miljöpåverkan. Med omsorgsfull klädvård får plaggen längre liv. Det mest grundläggande verktyget för klädvård är tvättrådsetiketterna.

”Ett av de bästa tipsen är faktiskt att tvätta mindre och i lägre temperaturer. Det ser du på tvättrådsetiketterna. Om du inte tvättar i onödan, alltid kör fulla maskiner och försöker hålla nere temperaturen så tar du också bättre hand om plaggen!”, avslutar Anna Appelqvist.

## SÖMLÖST ARBETE UPPMÄRKSAMMAT AV BRANSCHEN

Gina Tricot blev i gott sällskap nominerad till ”Årets Omnikanal” vid Habit Modegalan 2016. Motivering: ”Med stor förmåga att kommersialisera trender och erbjuda innovativa köpupplevelser genomsyrar omnikanalarbetet Gina Tricot som helhet.
Kreativitet i kombination med teknik skapar inte bara sömlösa, utan även unika och interaktiva köpupplevelser för en svårimponerad målgrupp”.



# MED PASSION FÖR MODE OCH FÖRÄNDRING

**Johanna Berghult arbetar** som designer på Gina Tricot. Med fem år hos Gina Tricot och tre år på Denim-avdelningen är Johanna ett levande exempel på att det går att implementera hållbara materialval i bassortimentet med rätt förutsättningar och vilja.

*Hej Johanna, berätta lite mer om vad du har för bakgrund och vad du hunnit med på Gina Tricot under dina fem år.*
”Jag har studerat textil och design och arbetat i modebranschen i 12 år. Min karriär startade i butik innan jag landade i inköp och design. På Gina Tricot började jag som Junior Designer och har därefter avancerat till Senior Designer som jag är nu. Jag har arbetat mestadels med vävt och denim.”

*Hur skulle du beskriva hållbarhetsresan ni gjort inom denim?*
”Den största förändringen kom i och med Better Cotton Initative (BCI). Genom BCI gavs vi möjlighet att implementera ett hållbart material i vårt bassortiment. Det vill säga att vi kunde erbjuda exakt samma produkt, men mer hållbar (Jeansen Lisa 2014). Detta gav verkligen genomslaget vi väntat på. De försök vi gett oss på tidigare slutade med en slutprodukt som var hållbar, men omfattningen blev för liten och produkten inte tillräckligt attraktiv. Visionen för oss är att leverera Gina-kunden hållbarhet med samma självklarhet som vi levererar dagens mode i en och samma produkt.”

Johanna Berghult, *designer*

# MAKING SUSTAINABLE DESIRABLE

*Vad driver er i hållbarhetsarbetet?*
”Drivet hos Gina Tricot kommer från företagets ledning, från hållbarhetsgruppen och hos oss som arbetar med produkten. Viljan att göra varje säsong mer hållbar är något vi kämpar för varje dag i både små och stora beslut. Vi har gemensamt tydliga och starka visioner för en hållbar utveckling. Att vi har en ledning som stöttar och är driven är oerhört tacksamt. Det stöd och den klara visionen ledningen har, underlättar beslutsfattandet för oss på inköpsavdelningen.”

*Hur upplever du utvecklingen på hållbarhetsområdet från leverantörernas håll?*
”Jag upplever att det har hänt otroligt mycket på bara ett par, tre år. Gina var tidiga med att efterfråga hållbar denim och det är såklart alltid svårt att vara först ut, speciellt eftersom Gina är en relativt liten kund för många leverantörer. Men det senaste året har efterfrågan ökat även från större aktörer på marknaden vilket underlättat vårt arbete. Leverantörerna som varit med oss på resan hade då ett försprång i dialogen med de andra kunderna. Som sagt, nu ser vi en större förståelse och proaktivitet från våra leverantörer kring hållbar denim.”

*Vad är dina viktigaste verktyg för att driva hållbarhetsfrågorna inom ditt ansvarsområde?*
”I min roll är det viktigast att få stöd från ledning och inköp för att kunna nå målsättningarna med hållbart materialval. Utbildning är också alltid viktigt och Gina är duktiga på att informera och utbilda. Det är viktigt att vara medveten om vad vi gör, vilka utmaningar och möjligheter som finns globalt och vad vi som företag planerar att göra inom hållbarhet. Jag känner mig alltid påläst när frågor dyker upp såväl på jobbet som privat.”

*Slutligen – vad är nästa steg inom hållbarhet för ditt område?*
”För oss är det en självklarhet att hålla en hållbar linje i kollektionerna framåt. Vi vill hellre fullt ut integrera hållbart material i våra kollektioner och kunna erbjuda alla Gina-kunder hållbarhet på olika sätt genom våra olika produkter. Det vi vet med säkerhet är att utseendet på produkten är viktigast och måste ligga i linje med Ginas värderingar och dagens mode. Annars blir det en produkt som hänger kvar på galgen, vilket i sig inte är hållbart.”

# NÄRMARE LÖSNINGARNA

**Våra kläder produceras framför allt hos leverantörer i Turkiet, Bangladesh, Kina, Indien och Pakistan. Genom att minska antalet leverantörer har vi skapat tätare samarbete med större möjlighet att påverka.**

”Genom att koncentrera vår produktion till färre antal leverantörer skapar vi ett tätare samarbete, där vi på ett än bättre sätt kan förbättra såväl CSR-arbetet i fabrikerna, produktkvalitén och leveranstider” säger Ida Strand, sourcing- och produktionschef på Gina Tricot.

| LEVERANTÖRSSTATUS | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| Antal leverantörer | 73 | 72 | 73 |
| Antal produktionsenheter | 147 | 132 | 144 |
| Antal genomförda BSCI-inspektioner | 63 | 80 | 74 |
| Antal uppföljningsbesök av Gina Tricot | 78 | 75 | 131* |

*Anledningen till den dramatiska ökningen var att vårt kontor i Bangladesh utökade antalet besök för att säkra Accord och BSCI efterlevnad hos våra leverantörer.
Läs mer om vårt revisionsarbete på s. 44, 47.

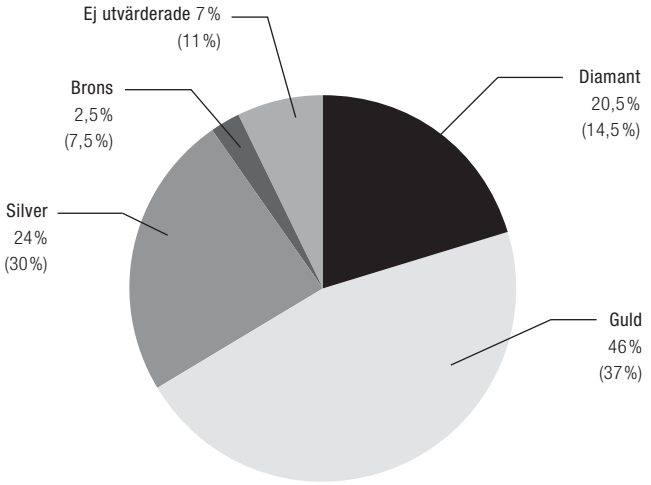
### STÖRRE ANDEL NÅR HÖGRE KRAV

I vår årliga leverantörsutvärdering rankas varje leverantör utifrån aspekter som: designinput, produktkvalitet, leveranssäkerhet, CSR-arbete och hållbarhet. Nivåerna; Diamant, Guld, Silver och Brons – visar hur väl leverantörerna når upp till våra krav.

Utvärderingen för 2016 visade att andelen diamant- och guldklassade leverantörer ökade under året. Ida Strand menar att de tätare samarbetena är en viktig förklaring. ”Genom leverantörsutvärderingen skapar vi en plattform för dialog kring förbättringar som är faktabaserad och handfast. Alla hos oss som har kontakt med leverantören, direkt eller indirekt via produkterna, ger sin feedback. Det ger leverantören konkreta förbättringsförslag att ta vidare”.

### EGEN NÄRVARO AVGÖRANDE

Det är lättare att odla goda samarbeten på plats. Därför har Gina Tricot under senare år lagt större ansvar på lokala produktionskontor.




**LEVERANTÖRSUTVÄRDERING 2016**

*Inköpsvolym per leverantörskategori, alla länder inkluderat. Föregående år inom parentes.*

Andelen silverklassificerade leverantörer har minskat jämfört med föregående år. Anledningen är att en del av dessa för 2016 har uppnått diamant- eller guldnivå. En liten andel leverantörer har efter 2016 års utvärdering justerats ner från silver- till bronsklassificering. Vi har som målsättning att en så stor andel som möjligt av våra leverantörer ska uppnå en guld- eller diamantklassificering.

## MORE TOGETHER

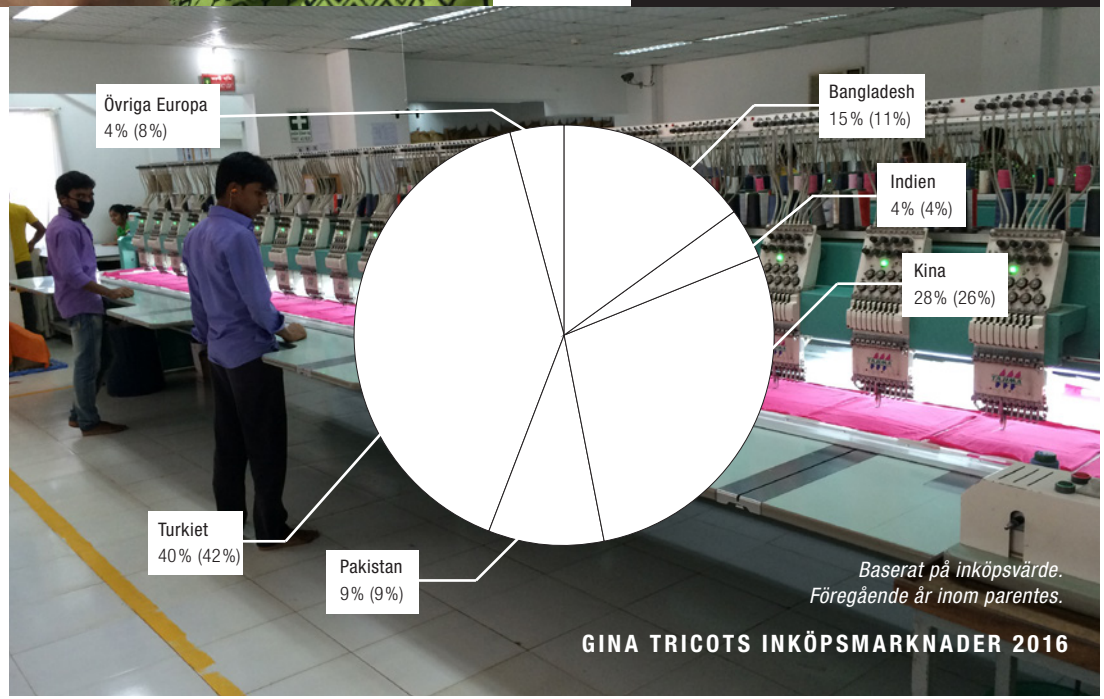
**GODA INITIATIV FRÅN EN LEVERANTÖR**

Redan 2015 började vår leverantör Concept Clothing att installera 100 solpaneler på sin fabrik i Indien. Trots en stor investering utan subventioner från regeringen valde de att genomföra inititiativet. De har samtidigt genomfört andra åtgärder för att minska elanvändningen. Tanken var att minska fabrikens miljöpåverkan och samtidigt minska kostnaderna. 15% av deras energi kommer nu från solpanelerna. 2025 räknar Concept Clothing med att investeringen ska vara betald.

”Det är en hållbarhetsfråga att finnas på plats. Med större ansvar hos produktionskontoren har vi till exempel höjt kunskapsnivån kring hållbarhetsfrågor hos våra lokalanställda i produktionsländerna. Dessutom är närvaron viktig för att säkra produktkvaliteten och lösa eventuella problem tidigt i processen, berättar Ida Strand.”

Utöver kontoren i Kina och Bangladesh, rekryterade vi under 2016 en resurs i Turkiet. Det rådande läget i regionen begränsade resor till Turkiet, liksom till Bangladesh.

Turkiet är fortsatt vår största inköpsmarknad med sina 40%. Under 2016 fortsatte dialogen med våra turkiska leverantörer om utmaningen med den pågående flyktingkrisen i landet. Vi påbörjade implementeringen av BSCI’s riktlinjer kring syriska flyktingar i Turkiet som kom ut i augusti 2016, men arbetet i frågan påbörjades långt tidigare. Tack vare våra nära samarbeten med våra leverantörer har vi etablerat en bra plattform för transparenta diskussioner med öppenhet som ledord. Vi har i dagsläget inte uppdagat någon form av utnyttjande av syriska flyktingar i de fabriker som producerar för oss, men vi är ödmjuka inför att det är en stor samhällsutmaning i Turkiet.




GINA TRICOTS INKÖPSMARKNADER 2016

# ORGANISERAT FÖR HÅLLBARHET

**Struktur, mångsidighet och beslutskraft. Det är nyckelord för hur Gina Tricot organiserat sitt hållbarhetsarbete.**

Hållbarhet är många olika frågor. Därför drivs hållbarhetsfrågorna hos Gina Tricot av en grupp med representanter från olika delar i organisationen. 2016 bestod hållbarhetsgruppen av CSR-chef, kvalitetsansvarig samt sourcing- och produktionschef – under ledning av företagets tillförordnade vd.

”Gruppens sammansättning gör att vi kan diskutera hållbarhetsfrågorna från olika perspektiv. Och med en direkt koppling till företagets ledning kan vi fatta snabba beslut i viktiga frågor,” säger Rebecca Watkins, kvalitetsansvarig.

Rebecca poängterar värdet av att vara en grupp. ”Tillsammans kan vi se frågorna från olika perspektiv och komma fram till vad som är bäst för företaget som helhet, inte bara för en enskild avdelning.”

**REGELBUNDNA AVSTÄMNINGAR**

Gina Tricots hållbarhetsgrupp träffas varje måndagsmorgon. På agendan står allt från läget hos leverantörerna och andelen hållbara material i produkterna till mediauppmärksamhet, kommunikation på hemsidan och frågor från intressenter.

Kvalitetsansvarig har tillsammans med sourcing- och produktionschef också gemensamma möten med inköpare, designers och assistenter flera gånger i veckan.

”När vi har möjlighet att vara med tidigt i processen kan vi också påverka mer, och blir en naturlig del av inköpsprocessen. Det kan vara väldigt ”hands on”. Vi tittar på prover och kollektionsöversikterna med kommande produkter”. Då kan vi diskutera produkterna ur ett kvalitetsperspektiv och samtidigt ett hållbarhetsperspektiv. Vi ställer till exempel alltid frågan om vi kan få in ett mer hållbart material. Det kan handla om att se till att få in produkten i

**ORGANISED FOR CHANGE**

Better Cotton Initiative eller kanske att välja en blandning av olika fibertyper, fortsätter Rebecca Watkins.”

# EN SÄKER ÖVERENSKOMMELSE

**Det började med** en olycka. Vid katastrofen Rana Plaza kollapsade en fabriksbyggnad i Bangladeshs huvudstad Dhaka i april 2013 och tog 1 129 liv. Olyckan blev starten för The Accord for Fire and Building Safety in Bangladesh, en överenskommelse mellan köpare av plagg från Bangladesh och fabriksägare att tillsammans arbeta för säkra fabriker i landet. Gina Tricot skrev på Accordet november 2013 och är idag ett av över 200 internationella företag som aktivt valt att vara med och arbeta för en bättre och säkrare klädindustri.

**ACCORDETS BETYDELSE**

På en marknad där lågt pris varit avgörande och aktörer kommit och gått, spelar Accordet en viktig roll. Medlemmarna förbinder sig att stanna i Bangladesh och under fem år arbeta med en åtgärdsplan för de fabriker de ansvarar för. Accordet arbetar också med demokratiskt valda skyddskommittéer på fabrikerna, något som är en viktig konkret åtgärd i ett land med svaga demokratiska strukturer. Alla resultat från Accordet är dessutom offentliga, vilket ger en viktig transparens.

**FAKTA OM THE ACCORD ON FIRE AND BUILDING SAFETY IN BANGLADESH**

1 585 fabriker deltar i Accordet. 215 varumärken, detaljhandelsföretag och fackliga organisationer deltar. Accordet är ett juridiskt bindande avtal. Accordet har 200 anställda i Bangladesh och det finns tre team med ingenjörer (brand-, el- och byggnadssäkerhet).
På www.bangladeshaccord.org finns fakta på både engelska och bangla.

Det nya sättet att samarbeta genom Accordet öppnar många möjligheter, men eftersom det inte gjorts tidigare finns inget att jämföra med och det ursprungliga tidsschemat är en stor utmaning. Samtidigt går arbetet framåt och fabrikernas åtgärdsplaner följs upp kontinuerligt.

”Vi har fabriker som har åtgärdat över 80% av de uppdagade bristerna. Några är i fas att ha åtgärdat samtliga. Vi har även en som klarat samtliga och fått ett ”Recognition Letter” från Accordet”, säger Masud Rana, Gina Tricots CSR-koordinator i Bangladesh.

”Jag är stolt över den utveckling vi hade inom Accordet under 2016. Att se en av de två leverantörerna vi har det fulla ansvaret för, få ett ”Recognition Letter” och se deras stolthet i detta, är värt allt arbete vi har lagt ned.” berättar Masud Rana.

# HANDLINGSKRAFT I EN FÖRÄNDERLIG VÄRLD

**Gina Tricots hållbarhetsarbete** i världen handlar ofta om strukturella satsningar, men också om att snabbt hantera situationer som uppkommer. 2015 och 2016 kommer nog de flesta att minnas som de stora flyktingströmmarnas år. När det kom varningar om att flyktingar riskerade att exploateras i textilindustrin, behövde vi agera snabbt och tydligt som företag.

”Vår uppförandekod gäller oavsett nationalitet och omständighet. Med en flyktingström av den här omfattningen ökar även risken för möjligt slav- och barnarbete. Därför tog Gina Tricot ytterligare initiativ för att lyfta diskussionen med våra leverantörer”, berättar Johanna Jigmo-Linde, CSR-chef.

Gina Tricot tog diskussionen med samtliga leverantörer i Turkiet, startade rekrytering av en lokal resurs för att kunna stötta leverantörer bättre på plats samt påbörjade implementeringen av BSCI’s policy och handlingsplan för att hantera syriska flyktingar i leverantörsledet.

Johanna Jigmo-Linde, *CSR-chef*

# DET VIKTIGA VATTNET

**Utan vatten,** ingen textilindustri. Vatten finns med hela vägen som resurs och som förbrukningsvara. Från odlingen av vattenkrävande bomullsfält till färgning och bearbetning av garner och tyger. Det är inget nytt. Historiskt har textilproduktion placerats med god tillgång till vatten. Produktionen har tyvärr också lämnat spår efter sig. I vår hemstad Borås är bottnen på ån Viskan fortfarande förorenad av forna tiders textilindustri.

”Världens textilindustri kan inte fortsätta förorena och förbruka vatten som den gör idag. Och som modeföretag har vi ett klart ansvar. För att förändra på riktigt måste vi omsätta det bästa kunnandet i vattenfrågor till konkreta åtgärder där textilproduktionen pågår idag. Därför är vi på Gina Tricot med i sammanslutningen Sweden Textile Water Initiative, STWI”, säger Rebecca Watkins, kvalitetsansvarig.

## FRÅN BEHOVSANALYS TILL VERKLIG SKILLNAD

STWI samlar textil- och modeföretag och Sweden International Water Institute. Första fasen påbörjades 2010. Då handlade det om att kartlägga behoven. Nästa steg var att ta fram riktlinjer. Nu omsätts riktlinjerna till verkliga lösningar i projekt där vatten, energi och kemikalier används på ett mer förnuftigt sätt.

Över 200 fabriker i Bangladesh, Kina, Etiopien, Indien och Turkiet deltar i STWI, fler är på väg in under STWI:s ambition att stötta upp i arbetet med flera av de Globala Hållbarhetsmålen*:

#6 Rent vatten och sanitet
#12 Hållbar konsumtion och produktion
#17 Genomförande och globalt partnerskap

**Sustainable Development Goals*

## GINA TRICOT OCH STWI

Gina Tricot är stolta medlemmar i initiativet och arbetar sedan 2014 med två denimtvätterier i Turkiet. Under 2016 tillkom dessutom tre leverantörer (en stickat, en trikå, en vävt) i Bangladesh. Rebecca Watkins är entusiastisk.

”2016 valde vi att utöka vårt engagemang i STWI genom ytterligare tre fabriker i Bangladesh, en marknad där vi lägger mycket tid och resurser för att stötta upp. Det är intressant att följa hur de involverade fabrikerna redan lyckats med att reducera sin vattenkonsumtion, med 246 986 $m^3$. Det motsvarar 4 937 920 personers dagliga vattenkonsumtion och visar att det går att göra konkret skillnad.”

**246,986**
Vatten ($m^3$)

**290,7**
Elektricitet (MWh)

**1,921,405**
Naturgas ($m^3$)

**288,000**
Kol (kg)

**60.7**
Kemikalier (ton)

**134,892**
Växthusgaser ($CO_2e$)

**VÅRA LEVERANTÖRERS RESURSBESPARINGAR**

# BETTER COTTON I INDIEN

**Vi lever i en textil vardag. Kläder och tyg finns överallt, hela tiden. Men hur har plagget hamnat här? Det här är en liten inblick i de långa produktionskedjorna och råmaterialens ursprung i världen.**

I Gujarat i nordvästra Indien har bomullsodlingarna blivit en naturlig del av landskapet. Det handlar om volymer. Varje år framställs över 10 miljoner bomullsbalar bara i Gujarat.

Bomullsarbetarna är många, men i takt med att mer av bomullen förädlas blir aktörerna bland renserier och spinnerier allt större och därmed färre.

Prispressen märks överallt och av alla, från odlare till handelshus och spinnerier. Många odlare följer till och med marknadens skiftningar i en specialutvecklad mobilapp. Det handlar om att sälja och köpa i rätt tid. Eftersom bomull kan lagras nästan hur länge som helst blir det ett utmanande ekonomiskt spel med höga insatser. Världsmarknadspriset är historiskt lågt och det är odlaren tidigt i kedjan som får leva med de snävaste marginalerna för att få vardagen att gå ihop. Det är en sann utmaning när gården ska finansieras, gödsel och bekämpningsmedel ska köpas, vattenpumpar ska repareras och arbetskraft för att plocka bomullen ska betalas. Samtidigt som familjen ska ha mat och barnens skolgång ska betalas.

Det finns många rapporter om de socialt och ekonomiskt utsatta indiska bomullsodlarna, och med den här bakgrunden så är det inte så konstigt.

**EN NEGATIV SPIRAL**

Förutom tuffa grundförutsättningar så finns det fler hot mot en lyckad skörd. Förutom att bomullen är en av världens mest vattenkrävande grödor är det även världens mest besprutade gröda. Det värdefulla vattnet och den dyra konstgödningen och bekämpningsmedlen bidrar också till en växande utmaning, ekonomiskt och ekologiskt. Ju mer konstgödning som används, desto finare gröna plantor, desto fler skadeinsekter, desto mer bekämpningsmedel och desto mer förorenat vatten.

**HUR PÅVERKAR VI?**

För att kunna göra större skillnad för bomullsodlare behöver vi ett större sammanhang. Därför har vi tillsammans med några av världens ledande användare gått samman i Better Cotton Initiative (BCI), ett utbildningsprojekt för världens bomullsodlare. 2015 nådde projektet 8% av världens bomullsodlare och programmet fortsätter att växa.

Gina Tricot driver tillsammans med Ellos ett fältarbete i Bharuch i Gujarat. Under tre år kommer fler än 2 000 jordbrukare att utbildas. Det handlar bland annat om att använda vatten på ett effektivare sätt, minska andelen bekämpningsmedel och hur jorden ska beredas för att ge så hög skördeavkastning som möjligt.

BCI Better Cotton Initiative

”Med metoder som gör bomullsodlarens situation tryggare, vinner vi mycket annat. Ökad avkastning betyder mer pengar i plånboken och möjligheten för exempelvis fler barn att gå i skolan”, berättar Rebecca Watkins, kvalitetsansvarig.

**VAD ÄR BETTER COTTON?**
Better Cotton är varken en strikt standard eller en miljömärkning. Det är snarare ett utbildningsprogram som bygger på de bästa metoderna från ekologisk odling.

”Inom programmet förs det noggrann statistik på fältnivå för att kunna verifiera resultat. Dessutom rapporterar renserier, spinnerier, väverier och slutanvändare in köpta volymer i en databas. På så sätt går det att se hur mycket Better Cotton vi bidragit till även om den enskilda produkten inte är spårbar”, berättar Rebecca Watkins.

”Vi tror att Better Cotton är framtiden för bomullsindustrin. Här ändrar vi inte på etablerade sätt att tillverka och sälja bomullsprodukter. Det innebär att vi snabbt kan få till de stora volymer som behövs för att kunna tala om konkreta och märkbara resultat. Genom att utbilda odlare kan vi göra skillnad både nu och för kommande generationer.”

# SKOGEN I GARDEROBEN

**Att vattenfrågan är** betydande för textilindustrin förstår nog många, men kopplingen textilier och skog är kanske inte lika tydlig. Träd som avverkas används i stor utsträckning till pappersindustrin, men även många textila material kommer från cellulosa och just träd.

Viskos, Lyocell och Modal är bara några fibrer som kommer från trämassa. För att få tag på trämassa och sedan producera fibrer till textilindustrin behöver träd avverkas. Det innebär att det finns en risk att skog skövlas som behövs för jordens klimat och framtid. Skövlingen av skog påverkar också djurlivet och växtligheten som har träden som hem.

**GINA TRICOT OCH CANOPY**
Idag består ungefär en tredjedel av Gina Tricots produkter av viskos eller viskosblandningar, och det är av stor vikt att vi försöker hitta en hållbar lösning. I dagsläget har vi valt att i så stor utsträckning det går, använda viskosfibrer från det Österrikiska företaget Lenzing®. Under 2016 valde vi även att bli medlemmar i den kanadensiska organisationen Canopy.

Canopy är en icke vinstdrivande miljöorganisation som arbetar för att skydda skogar, djurarter och klimatet. Canopy samarbetar med mer än 750 företag för att utveckla innovativa lösningar, göra leveranskedjorna mer hållbara och skydda världens kvarvarande urskogar och hotade skogar. Canopys arbete är beroende av stöd från enskilda donatorer som känner lika starkt för vår planet som vi gör.

Inom ramen för kampanjen Canopy-Style strävar Gina Tricot tillsammans med andra företag i branschen mot en leveranskedja fri från viskos tillverkad av trä från urskogar eller hotade skogar.

# EN STÖRRE FRÅGA

**Återvinning av textiler är ett område som behöver utvecklas. Det behövs innovation, men också samarbete.**

Varje år deponeras eller förbränns 4,3 miljoner ton textilavfall i EU. Över 120 000 ton nya textilier sätts på den svenska marknaden, men bara knappt 5 procent materialåtervinns. Flera utmaningar bromsar återvinningen. Gina Tricot har under både 2015 och 2016 deltagit i flera samtalsgrupper med branschen och exempelvis Naturvårdsverket för att mer systematiskt närma sig en lösning på hållbarhetsproblemet.

En del av problemet är att det saknas samordning av det textila avfallet. Det finns inget systematiskt sätt att samla in och transportera avfallet till återvinningsaktörerna. Ett annat problem är att det inte finns någon storskalig sortering av textilt avfall i Sverige. Dessutom är teknikerna för materialåtervinningen än så länge inte gjorda för att hantera den mängd textilier som egentligen är aktuell.

**EN SAMHÄLLSUTMANING OCH ETT SAMHÄLLSANSVAR**

”Det här är en samhällsutmaning. Vi företag måste arbeta tillsammans med myndigheter och organisationer för att börja reda ut frågorna och skapa cirkulära modeller. Som företag kan vi framför allt ta fram produkter som motsvarar kundens krav och som kan användas länge. Men vi kan också informera våra kunder om hur man tar hand om plaggen så att de varar längre. Det gör vi på Gina Tricot till exempel genom att uppmana våra kunder att tvätta mer sällan, i fyllda maskiner och i lägre temperaturer. Just tvättningen står för en stor del av energiåtgången under ett plaggs livscykel”, berättar Rebecca Watkins.

**30 TON PLAGG INSAMLADE TILL HUMAN BRIDGE 2016**

Gina Tricots samarbete med organisationen Human Bridge har nu pågått sedan 2010. Det innebär att alla osålda plagg från butikerna och alla plagg som samlats in från butiker och från huvudkontoret går till organisationen. Insamlade plagg sorteras och användbara plagg säljs på marknader där Gina Tricot inte är verksamma. Överskottet går till katastrofhjälp och oanvändbara plagg sorteras ut för att bli till exempel ljudisolering i bilar.

**SIPTEX – INITIATIV FÖR SMARTARE SORTERING**

2016 gick Gina Tricot dessutom in i projektet Siptex tillsamman med bland annat Human Bridge, IVL Svenska Miljöinstitutet, Kemikalieinspektionen och H&M. Siptex står för Svensk Innovationsplattform för Textilsortering. Projektet utforskar möjligheterna för en automatiserad sortering av textilier som ska kunna ge både hög utsorteringsgrad och en hög renhet i de utsorterade textilfraktionerna.

humanbridge
i samverkan med Läkarmissionen och Erikshjälpen

*Bild: IVL Svenska Miljöinstitutet*

# VIKTIGA PRINCIPER

**För oss är det en självklarhet** att ta ställning och ställa krav på produkter och tillverkning, framför allt på de produkter som härstammar från djur eller som traditionellt kräver större mängder kemikalier. Det handlar om hållbarhet men också produktsäkerhet och omsorg om alla som berörs av våra produkter. Från materialets ursprung till tillverkning, användning och återvinning.

**DJUR**
Vi accepterar enbart biprodukter från köttproduktion och vi har nolltolerans mot att djur hanteras illa under processen och föds upp i burar.

**ULL**
För ullfiber accepterar vi enbart tamdjursproduktion. Angoraull är omdiskuterad och där tog vi tidigt ställning att vi inte accepterar detta i våra produkter. Även för läder ställer vi specifika krav där vi enbart köper från godkända garverier och exempelvis är inte läder från kor i Indien accepterat.

**PÄLS OCH FJÄDRAR**
Våra pälsprodukter är enbart gjorda i syntetiskt material och det dun och fjädrar som hamnar i våra produkter är certifierade för att garantera att de inte kommer från levande djur.

**KOSMETIK OCH DJURFÖRSÖK**
Gina Tricot har förutom kläder och accessoarer en del kosmetik i sortimentet. Kosmetikan är inte testad på djur.

**DENIM**
Sandblästring av jeans och denimprodukter ger negativa hälsoeffekter för de som utför arbetet. Därför accepterar vi inte detta i produktionen av våra produkter.

**KEMIKALIER**
Vi arbetar med en kemikalielista som ställer krav på våra produkter och tillverkningen, långt över lagstiftning i många fall. Våra kläder kontrolleras i tredjepartslaboratorium i produktionslandet innan de skeppas till oss. Vi genomför även slumpmässiga kontroller av produkterna både hos leverantörerna och efter leverans. Under 2016 hade vi enbart två produkter som inte blev godkända vid våra kontroller och drogs tillbaka. Kontrollen av kemikalier är viktig av flera anledningar. Det är mer sannolikt att ett kontrollerat material som är noga specificerat har tillverkats under bättre omständigheter och med bättre metoder än ett material som har köpts in utan dokumentation och kontroll. Förutom att det är en fråga om säkerhet för de som hanterar produkten nu, handlar det också om fortsättningen. Med hänsyn till framtida återvinning är det en fördel att produkten är fri från ämnen vi inte vill ha in i återvinningssystemet.

# EN SNABB FÖRFLYTTNING

**Modet kan skifta snabbt**, men bakom utbudet i butikerna ligger långa och komplexa logistikprocesser. Ett område som Gina Tricot utvecklat mycket under de senaste åren.

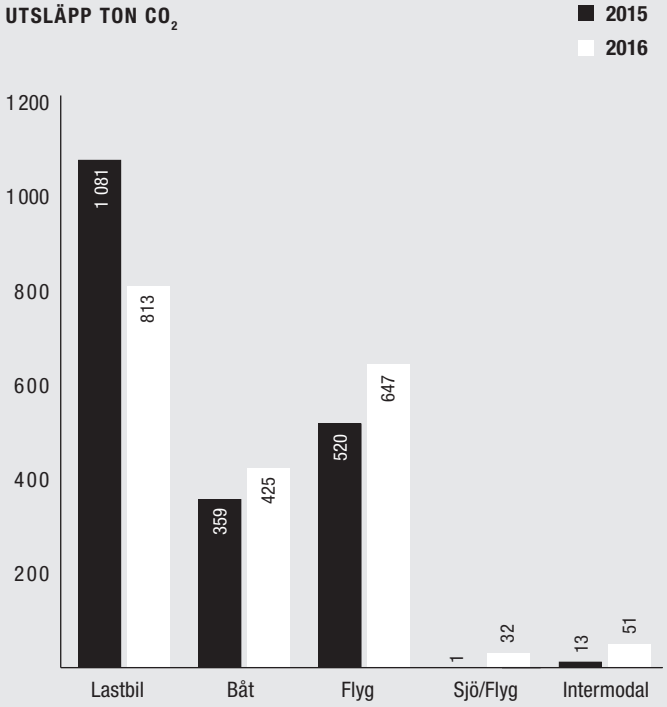
“När vi tog över vår egen logistik- och lagerverksamhet 2014 öppnades nya möjligheter,” berättar Petri Ventelä, logistikchef.

Bättre insyn i processerna gav ny kontroll över flera viktiga faktorer. Genom att jobba smartare med bland annat fyllnadsgrad och planera utleveranser fanns mycket att vinna.

“Många tror nog att vi flyger hem allt gods, men det rör sig bara om några få procent från hela världen. Från Turkiet som är vår största inköpsmarknad, går godset nu med så kallade intermodala transporter. Järnväg, båt och lastbil kombineras för att uppnå maximal effektivitet med minimal miljöpåverkan. 2016 började vi även testa att ta hem varor från Kina med tåg och lastbil, även om det är en relativt liten del idag är vi positiva till att ha valmöjligheten”, fortsätter Petri Ventelä.

| **FÖRDELNING AV GODSTRANSPORTER**<br>%, beräknat på antal inköpta varor, per transportsätt | **2015** | **2016** |
|---|---|---|
| Flyg | 3 % | 5 % |
| Sjö | 55 % | 53 % |
| Land | 38 % | 17 % |
| Tåg | 0 % | 0 % |
| Intermodal | 4 % | 25 % |

Vi har de senaste två åren arbetat systematiskt med att sänka andelen flygfrakter och öka andelen intermodala transporter. Problem med leveranser från Bangladesh och Kina bidrog till ökade flygtransporter 2016.




Andelen Intermodala transporter har ökat betydligt, något som är positivt då vi har minskat antalet lastbilstransporter. Sett till förra årets $CO_2$-utsläpp som flygtransporter genererade ger årets mindre ökning av antalet flygtransporter ett stort utslag i grafen. Problem med leveranser från Bangladesh och Kina bidrog till ökade flygtransporter.

# FACIT OCH FORTSÄTTNINGEN I DHAKA

**Tillsammans med UNICEF och lokala partners i Bangladesh har Gina Tricot drivit ett utbildningsprojekt på förskolor i Dhaka sedan 2010. Vi är oerhört stolta över resultaten, och ser nu fram emot nästa projekt i Bangladesh.**

Projektets syfte var att genom utbildning skapa bra förutsättningar för barnens framtid, men även att skydda barn mot barnarbete. Barnen har lärt sig läsa, skriva och samtidigt fått möjlighet att bara vara barn.

”Tack vare detta projekt skyddas barnen mot barnarbete, vilket är vanligt i Dhakas slumområden”, berättar Johanna Jigmo-Linde, CSR-chef på Gina Tricot.

Mellan 2011 och 2016 deltog totalt 26 440 barn i projektet. Totalt 26 232 barn avslutade förskolan och kunde gå vidare till första klass i närmaste grundskola. 60 % av barnen i projektet var flickor och 924 barn hade särskilda inlärningsbehov. 3 179 barn hoppade av förskolan på grund av att föräldrarna flyttade. Det givande samarbetet med UNICEF har involverat både våra medarbetare och våra kunder.

”Tack vare våra kunders och personals engagemang kunde vi 2016 samla in ytterligare 1,4 miljoner till UNICEF.”

**EN GIVANDE FORTSÄTTNING**

Projektet har gett mersmak och Gina Tricot kommer att fortsätta samarbetet med UNICEF. Nu med ett större grepp kring kvinnan i textilindustrin i Bangladesh. Det nya projektet har fortsatt fokus på utbildning och kommer att vara riktat mot flickor och kvinnor i åldern 0–18 år. Som ett delprojekt utbildar även UNICEF företag i barns rättigheter och i hur de kan stötta kvinnor i arbetslivet, exempelvis vid föräldraledighet.

”Att driva ett projekt med fokus på kvinnan känns naturligt för oss som företag. Genom att tidigt kunna påverka och utbilda den unga flickan upp till steget in i arbetslivet, vill vi stärka kvinnors roll i samhället i Bangladesh.”

UTBILDNING I BANGLADESH

”Vi är väldigt tacksamma över det långsiktiga stödet från Gina Tricot, vilket möjliggjort för UNICEF att driva 150 förskolor i socialt utsatta miljöer i Bangladesh. **Under 6 år har totalt 26 440 barn fått chansen till tidig utbildning.**

De första åren i ett barns liv är viktigast ur utvecklingssynpunkt och satsar man på barns tidiga utveckling skapas förutsättningar för bättre inlärning i skolan längre fram. Det får inte bara positiva effekter för det enskilda barnet utan för samhällsutvecklingen i stort.”

Véronique Lönnerblad,
*UNICEF Sveriges generalsekreterare.*

# NY SCHYSST UTBILDNINGS-PLATTFORM

**QuizRR vill skapa schyssta arbetsvillkor och säkra arbetsplatser för arbetare i leverantörskedjan runt om i världen. Gina Tricot var med i pilotprojektet när QuizRR testade sin nya digitala utbildningsplattform på fabriker i Bangladesh.**

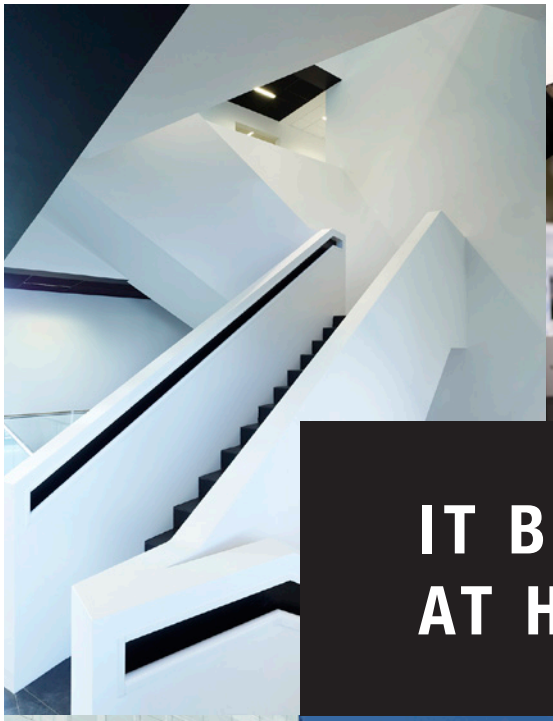
QuizRR skapar transparens och möjlighet att genom data som samlas in, verifiera företagens utbildning och utveckling. Samtidigt blir QuizRR ett mätbart verktyg för utbildning av leverantörernas anställda inom områden som arbetsvillkor, arbetsmiljö och mänskliga rättigheter.

Plattformen består av tre delar. Det digitala utbildningsverktyget med filmer och frågor på surfplattor som utbildar anställda inom tillverkningsindustrin, mätbarhet och rapporter samt en webbplattform där leverantörer och globala köpare möts. De båda R:en i företagsnamnet står för Rights och Responsibilities.

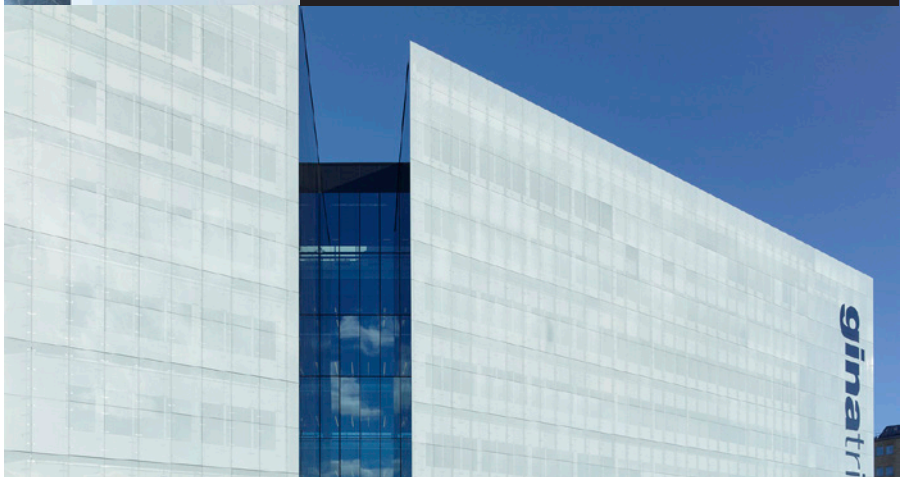
**PILOT I BANGLADESH**

I augusti 2016 rullades piloten QuizRR Rights and Responsibilities ut på elva fabriker i Bangladesh med fem nordiska köpare/företag i spetsen. Gina Tricot är med och har två fabriker som testkör QuizRR för att utbilda arbetare på fabriker om deras rättigheter och skyldigheter.

Piloten pågick under tre månader på två fabriker i Bangladesh. Efter det avslutade projektet hade över 2 199 arbetare utbildats inom områden som brandsäkerhet samt arbetsvillkor. Vi går nu in i nästa fas där leverantörerna själva tar arbetet vidare med QuizRR som en del av deras löpande arbete.



**IT BEGINS AT HOME**




# DE VIKTIGA VARDAGS-LÖSNINGARNA

**Hållbarhetsarbetet är mer än de stora komplexa processerna. De behövs, men många små åtgärder kan också göra stor skillnad. Här är några vardagsnära hållbarhets-initiativ från Gina Tricot.**

**GREENBUILDING**
Gina Tricots eget huvudkontor i Borås är byggt i enlighet med riktlinjerna för GreenBuilding – ett certifieringssystem för effektivisering av byggnaders energianvändning. Kravet är att byggnaden använder 25% mindre energi jämfört med nybyggnadskraven i Boverkets Byggregler.

**OSTRONPÅSAR**
Alla ordinarie påsar som lämnar butiken är gjorda av ostronskal och återvunnen plast.

**ÅTERANVÄNDA KARTONGER**
Kartongerna som kommer från våra leverantörer återanvänds för leveranser ut till våra butiker.

**ENERGI- OCH MILJÖBESPARINGAR**
Under 2015 och 2016 har vi genomfört energikartläggningar i Danmark, Tyskland och Sverige. Nu är det dags att implementera några av de åtgärderna som föreslagits. Bland annat går vi successivt över till LED-belysning för att minimera energiförbrukning och miljöpåverkan. Idag är andelen LED-belysning 7% och vår målsättning är att öka denna till 20% under 2017. Samtidigt fortsätter energikartläggningen i de övriga länderna.

**MILJÖDIPLOMERING**
Gina Tricots huvudkontor är diplomerat enligt Svensk Miljödatabas. Det innebär bland annat sopsortering, ekologiskt kaffe och att personalen utbildas i miljö- och hållbarhetsfrågor.

Under 2016 minskade vi vår andel små orderinköp med 8 % och samtidigt ökade andelen miljövänligare produktinköp med 2 %. Resultatet blev 70 träd som planterades under 2016 i vårt namn. En bra miljövinst då varje träd binder ungefär 10 kg $CO_2$ per levnadsår.

**DO A LITTLE BIT BETTER. EVERY DAY.**

**GRÖNA PRODUKTVAL SOM BINDER $CO_2$**
Alla inköp räknas. 2016 fick vi möjlighet att delta i ett pilotprojekt för att minska vår miljöpåverkan vid inköp av kontorsmaterial via vår leverantör Staples. Syftet var att minska vår andel mindre beställningar (under 500 SEK/50 Euro) samt att öka andelen miljövänligare produkter. Utöver den direkta miljöförbättringen detta skulle innebära, ingick även en belöning. Träd skulle planteras i vårt namn och Staples åtog sig att utbilda barn och ungdomar i att bli klimaträttvise-ambassadörer via organisationen Plant-for-the-Planet.

Pilotprojektet är nu avslutat och programmet, Easy on the Planet program, är nu en del av Staples erbjudande till oss.

# HOPPET FORTSÄTTER ENGAGERA

**Med en stark passion för ridsporten har vi varit med och arrangerat Gina Tricot Grand Prix sedan 2009. Tävlingen lockar till sig ryttareliten inom både hoppning och dressyr samtidigt som vi fortsätter höja ribban för hållbarhetsarbetet.**

Gina Tricot Grand Prix är idag en av Sveriges ledande inomhustävlingar med elitryttare från junior- till seniornivå. För Gina Tricot är det ett långsiktigt engagemang som ligger varmt om hjärtat. Anna Appelqvist, inköps- och designchef på Gina Tricot och koordinator för Gina Tricot Grand Prix i Borås, ser en naturlig koppling mellan ridsporten och modevärlden. Därför känns det också självklart att Gina Tricots hållbarhetstänkande präglar tävlingen.

”Vi vill skapa ett så hållbart och schysst event vi kan. För tredje året i rad har organisationen Håll Sverige Rent diplomerat oss som ett miljömärkt event. Det innebär att vi arbetar på att reducera vatten- och elförbrukning.”

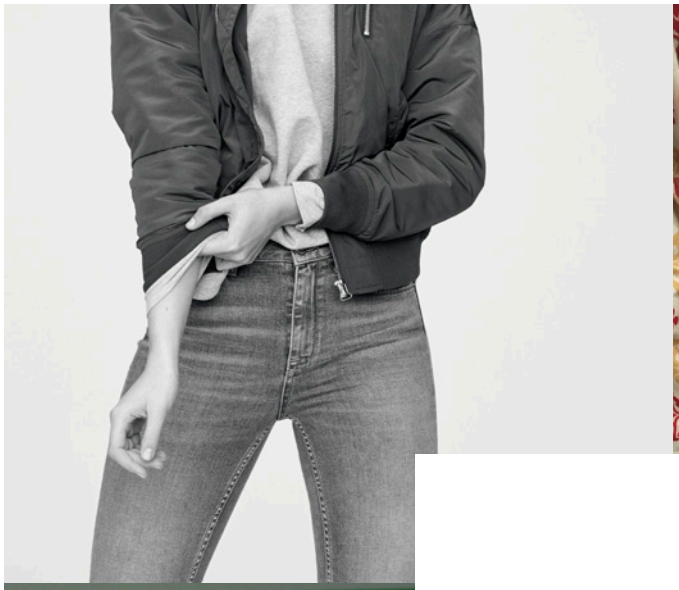
Sopsortering och byte till LED-armaturer i hela ridhuset är några exempel på vad som gjorts inom ramarna för miljödiplomeringen.

”Vi vill också att fler ska få uppleva vår tävling. Därför samarbetar vi med Våga Satsa Vinn och erbjuder teckentolkning, hörslinga och syntolkning. Sedan tycker vi det känns riktigt bra att jobba med Min Stora Dag, där barn och ungdomar med svåra sjukdomar och diagnoser kan få en förgylld vardag”, berättar Anna Appelqvist.

**ÅRETS PRIS OCH FORTSÄTTNINGEN**

2016 mottog Gina Tricot Grand Prix Lövsta Future challenges Hållbarhetspris för vårt arrangemang. Nästa steg är att hela anläggningen ska vara Miljödiplomerad 2017.

**ALWAYS FACE OBSTACLES WITH GRACE**



# RESPONSIBILITY XXL

FÖRDJUPAD INFORMATION OCH GRI-INDEX 2016

# MED FOKUS PÅ DET MEST VÄSENTLIGA

**Gina Tricot AB** är ett modeföretag som säljer kläder, smycken, accessoarer och kosmetika till kvinnor. Företaget etablerades i Sverige 1997 och nu finns butiker i Sverige, Danmark, Finland, Norge och Tyskland. Genom e-handel kan företagets produkter köpas i ytterligare 23 europeiska länder.

Huvudkontoret är i Borås, och där är centrala funktioner som design, inköp, IT, logistik, bygg, etablering och lager lokaliserade.

## OM VÅR REDOVISNING

Vi på Gina Tricot publicerar årligen en hållbarhetsredovisning som sammanfattar det senaste årets hållbarhetsarbete. Detta är vår femte hållbarhetsredovisning och den omfattar verksamhetsåret 2016. Föregående hållbarhetsredovisning utkom i augusti 2016.

## ÖVERSYN AV VÄSENTLIGHETSANALYS

Under vintern 2016/17 genomförde vi en mindre uppdatering av den väsentlighetsanalys som genomfördes i arbetet med förra redovisningen. Översynen tog hänsyn till den löpande dialog vi har med våra intressenter och innefattade även en specifik intervju med en av våra ägare, Nordic Capital. In i den slutliga prioriteringen av redovisade aspekter vägdes en övergripande bedömning av den miljömässiga, sociala och ekonomiska påverkan Gina Tricot har genom vår verksamhet. I år gjorde vi även övergången till GRI Standards, GRIs senaste riktlinjer för hållbarhetsredovisning. Denna hållbarhetsredovisning är upprättad i enlighet med GRI Standards nivå core.

Vår väsentlighetsanalys har resulterat i en lista över våra allra viktigaste aspekter. Det är dessa aspekter som kommer utgöra kärnan i vår hållbarhetsredovisning. Vi kommer dock fortsatt bedriva ett arbete även med många av de andra aspekter som är av relevans för vår verksamhet och samhället. Se hållbarhetsredovisningen 2015 för en mer utförlig beskrivning av vår genomförda väsentlighetsanalys.

# STYRNING AV VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

*(I alfabetisk ordning)*

| ASPEKT | STYRNING/POLICYS | AKTIVITETER | UPPFÖLJNING | ANSVAR |
|---|---|---|---|---|
| Antidiskriminering,<br>Mångfald och jämställdhet | Jämställdhets-, mångfalds- och anti-diskrimineringsplan. | Svensk Handels nätverk<br>Utbildning i arbetsmiljö. | Årliga medarbetarsamtal<br>Medarbetarundersökningar | HR-chef |
| Antikorruption | Corporate Compliance Program (påbörjades 2015) som innehåller: antikorruption, konkurrens, personuppgiftshantering samt handelssanktioner. | Utbildningar med avdelningschefer 2015–2016. | Portal för alla butiker och huvudkontoret där oegentligheter kan rapporteras in anonymt.<br>Portalen finns för alla anställda i Sverige och rullades ut i resterande länder hösten 2016. Incidentrapportering via intranät finns sedan tidigare. | VD |
| Djurskyddsfrågor | Animal Welfare and Product Policy<br>Inkluderat i generalavtal med alla våra leverantörer. | Medverkan i Svensk Handels nätverk kring animaliska material. | Egna leverantörsbesök. | Kvalitetsansvarig |
| Ekonomisk prestanda | Interna finansmål. | Kvartalsprognoser | Revision och månatlig avstämning av styrelse. | VD |
| Energi och utsläpp till luft | Hållbarhetsstrategi, transportpolicy och resepolicy. | Energikartläggning. Reducera antalet flygfrakter. Öka andelen miljöbilar som tjänstebilar.<br>Vi har Bra Miljövals-el på huvudkontoret och i de kontrakt vi själva kan påverka i butiker. | Månadsuppföljning av transportsätt och uppföljning av resor.<br>Årsavstämning energiförbrukning. | Logistikchef<br>HR-chef<br>Etableringschef |
| Hälsa och säkerhet i arbetet | Säkerhetsportal på intranätet. | Utbildning | Olycks- och incidentrapportering. | HR-chef<br>Säkerhetschef |
| Material | Hållbarhetsstrategi och Good index<br>Inköpspolicy. | Kvalitetsmål (< 1 % reklamationer)<br>Miljöutbildning för inköpare.<br>Upprätthålla ett materialbibliotek med baskvaliteter. | Reklamationsstatistik<br>Preliminary Good Index. | CSR-chef<br>Kvalitetsansvarig |

| ASPEKT | STYRNING/POLICYS | AKTIVITETER | UPPFÖLJNING | ANSVAR |
|---|---|---|---|---|
| Miljöpåverkan hos leverantörer | BSCI Uppförandekod, miljöpolicy och STWI guidelines. | BSCI revisioner, egna leverantörsbesök och STWI projekt.<br>Better Cotton och Cotton Connect. | Del av leverantörsutvärdering och produktionsplanering där vi arbetar för att premiera leverantörer med bra resultat. | CSR-chef, Produktion- och sourcingchef<br>Kvalitetsansvarig |
| Produktansvar | Miljöpolicy, leverantörskrav och kemikalierestriktionslista. | Kravställning på leverantörer (tredjepartstester samt egna tester) och besök hos leverantörer. | Stickprover på varor. | Kvalitetsansvarig |
| Sociala förhållanden hos leverantörer, Barnarbete samt Tvångsarbete. | BSCI Uppförandekod, Bangladesh Accord. | BSCI revisioner och egna uppföljningsbesök.<br>Genomgång av revisionprotokoll som faller utanför ramen för BSCI.<br>UNICEF-samarbete för att förebygga barnarbete. Accord inspektioner. | Del av leverantörsutvärdering och produktionsplanering där vi arbetar för att premiera leverantörer med bra resultat. | CSR-chef, Produktion- och sourcingchef<br>Ansvariga på lokala inköpskontor |

GRI INDEX
*GRI 101: Foundation 2016*

GENERELLA UPPLYSNINGAR

| | UPPLYSNING | KOMMENTARER (inkl eventuellt utelämnande av information) | SIDA |
|---|---|---|---|
| | *ORGANISATIONSPROFIL* | | |
| GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016 | **102-1** Organisationens namn. | Gina Tricot AB | |
| | **102-2** Viktigaste varumärken, produkter, tjänster. | | s. 3 |
| | **102-3** Lokalisering av organisationens huvudkontor. | Borås, Sverige | |
| | **102-4** Länder organisationen har verksamhet i. | Sverige, Danmark, Finland, Norge, Tyskland. | |
| | **102-5** Ägarstruktur och företagsform. | Gina Tricot är ett aktiebolag. Huvudsakliga ägare är Nordic Capital. Därutöver är privata investerare delägare. | |
| | **102-6** Marknader där organisationen är verksam. | Butiker finns i Sverige (88 st), Danmark (20 st), Finland (24 st), Norge (38 st) och Tyskland (13 st). Genom e-handel kan företagets produkter köpas i ytterligare 23 europeiska länder. | |
| | **102-7** Organisationens storlek. | Antal anställda: 1 954 st<br>Årsomsättning: 2 028 000 000 SEK<br>Avser koncernnivå (Nordic Fashion Group AB) | |
| | **102-8** Total personalstyrka, uppdelat på anställningsform, kön och region. | Totalt personalstyrka: 1 954 st<br>Andel kvinnor: 98%<br>Andel män: 2%<br><br>Antal anställda per land:<br>Antal anställda i Sverige: 900<br>Antal anställda i Norge: 361<br>Antal anställda i Danmark: 185<br>Antal anställda i Finland: 346<br>Antal anställda i Tyskland: 162<br><br>Antal anställda per typ av kontrakt (tillsvidare eller tidsbegränsad), fördelat per kön:<br>Kvinnor: Tillsvidare: 1 124, Tidsbegränsad: 790<br>Män: Tillsvidare: 38, Tidsbegränsad: 2<br><br>Antal anställda per typ av kontrakt (tillsvidare eller tidsbegränsad), fördelat per land:<br>Sverige: Tillsvidare: 471, Tidsbegränsad: 429<br>Norge: Tillsvidare: 347, Tidsbegränsad: 14<br>Danmark: Tillsvidare: 44, Tidsbegränsad: 141<br>Finland: Tillsvidare: 207, Tidsbegränsad: 139<br>Tyskland: Tillsvidare: 93, Tidsbegränsad: 69<br><br>Vi har inte möjlighet att redovisa andel heltids-, respektive deltidsanställda per land eller per kön. En mycket liten andel (<2%) av personalstyrkan är inhyrd, och därmed inte direkt anställd av Gina Tricot. I Årsredovisningen redovisas medeltalet anställda. Här i hållbarhetsredovisningen redovisas samtliga personalsiffror per 31/12. | s. 7 |

| UPPLYSNING | KOMMENTARER (inkl eventuellt utelämnande av information) | SIDA |
|---|---|---|
| **102-9** Organisationens leverantörskedja. | Vår leverantörskedja ser annorlunda ut för olika varor och tjänster. Ursprunget för samtliga modevaror är en råvaruproduktion. Ursprunget för varan kan vara en bomullsodling, djurhållning för produktion av läder eller skogsråvara som används till en viscose. Sedan är stegen fram till sömnadsfabrikerna olika. Längs värdekedjan kan det finnas garverier, spinnerier, väverier osv. Längs hela värdekedjan sker också transporter. Hållbarhetsarbetet är relevant för alla dessa steg, och vi arbetar med det på olika sätt. Bland annat genom direkta besök hos leverantörer. Ibland angriper vi en fråga genom branschsamarbeten. Att arbeta med olika typer av produktmärkningar, såsom BCI, är också ett sätt att arbeta med leverantörskedjan och med produktionsenheter. | |
| **102-10** Väsentliga förändringar under redovisningsperioden beträffande storlek, struktur, ägande eller leverantörskedjan. | Totalt sett är antalet butiker 183, vilket är 2 butiker färre än föregående år. Totalt har vi öppnat 3 nya butiker och stängt 5 stycken. | |
| **102-11** Tillämpning av Försiktighetsprincipen. | Försiktighetsprincipen är reglerad i svensk miljölagstiftning, i miljöbalken. Vi följer försiktighetsprincipen i vårt arbete med produktsäkerhet, där vi begär tester från leverantörer och gör egna stickprovstester för att säkerställa att våra produkter inte innehåller kemikalier eller andra ämnen som är konstaterat farliga. För framförallt kosmetik, men också vid produktion av modevarorna, finns det ämnen som vi utifrån den dialog vi kontinuerligt har med andra (t.ex. via Kemikalieinspektionen) och vår bevakning av nya rön, valt att undvika. Även gällande de ämnen som har lagstiftade begränsningar, arbetar vi med att få dessa halter lägre än den lagstiftade nivån. Försiktighetsprincipen är också en viktig faktor i vår återkallningsprocess. Får vi indikationer på att en produkt inte håller våra krav på säkerhet, så återkallas den. | |
| **102-12** Externa regelverk, standarder, principer som organisationen omfattas av / stödjer. | BSCI (baserat på ILO-konventioner), Svensk Miljöbas, Barnrättsprinciperna. | |
| **102-13** Aktiva medlemskap i organisationer, såsom branschsammanslutningar och påverkansorganisationer. | Vi har ett medlemskap/engagemang i följande organisationer som vi anser strategiskt viktiga för vårt hållbarhetsarbete:<br>» Bangladesh Accord on Fire and Building Safety<br>» Better Cotton Initiative (BCI)<br>» Business Social Compliance Initiative (BSCI)<br>» Kemikaliegruppen<br>» Kemikalieinspektionens Branschdialog<br>» Nätverket för Hållbart Näringsliv (NMC)<br>» Svensk Handels nätverk kring animaliska material<br>» Sweden Textile Water Initiative (STWI)<br>» Textiles for Recycling Initiative (T4RI)<br>» UNICEF:s nätverk<br>» QuizRR<br>» Textilimportörerna | |

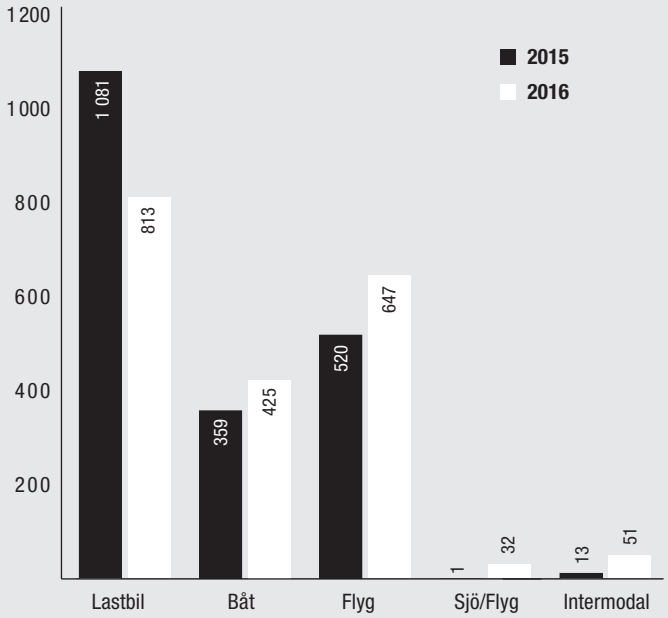
| UPPLYSNING | KOMMENTARER (inkl eventuellt utelämnande av information) | SIDA |
|---|---|---|
| *STRATEGI* | | |
| **102-14** Uttalande från VD. | | s. 3 |
| *ETIK OCH INTEGRITET* | | |
| **102-16** Värderingar, principer, standarder och uppförandekoder. | BSCIs uppförandekod, Corporate Compliance Program. | |
| *STYRNING* | | |
| **102-18** Bolagsstyrning, inkl. kommittéer samt styrelseansvar för ekonomisk, miljömässig och social påverkan. | Hållbarhetsgruppen rapporterar kontinuerligt till styrelsen. Med början 2017 kommer styrelsen vara än mer involverad i styrningen av hållbarhetsarbetet. | |
| *INTRESSENTENGAGEMANG* | | |
| **102-40** Intressentgrupper som organisationen har kontakt med. | Under 2015–2016 genomförde vi en omfattande intressentdialog. Under 2017 kompletterades denna genom en förnyad dialog med ägare, framförallt med syfte att stämma av deras behov av information och vårt arbete med att redovisa i enlighet med kommande lagstiftning.<br>Vi har löpande kontakt med följande intressentgrupper:<br>» Ägare<br>» Medarbetare<br>» Leverantörer<br>» Kunder<br>» Studenter<br>» Myndigheter<br>» Media<br>» Samarbetspartners i olika hållbarhetsrelaterade initiativ. | s. 34 |
| **102-41** Procent av arbetsstyrkan med kollektivavtal. | Alla anställda i Sverige omfattas av kollektivavtal. Övriga länder följer kollektivavtalens riktlinjer. | |
| **102-42** Grund för Identifiering och urval av intressenter. | I vår löpande dialog med intressenter, så väljs dessa intressenter ut aktivt av oss vid behov av att diskutera särskilda frågeställningar, eller så är det vi som besvarar frågor från intressenterna (exempelvis studentförfrågningar).<br><br>Vid strukturerade intressentdialoger, med anledning av vår GRI-baserade hållbarhetsredovisning, väljer vi ut representanter från samtliga intressentgrupper. Nu senast under 2015–2016.<br><br>Vi välkomnar alltid återkoppling på vårt arbete och vår hållbarhetsrapportering. | |

| UPPLYSNING | KOMMENTARER (inkl eventuellt utelämnande av information) | SIDA |
|---|---|---|
| **102-43** Metod för intressentdialoger uppdelat på typ av dialog, intressentgrupp och frekvens. | Merparten av våra intressenter har vi löpande kontakt med. Våra leverantörer besöker vi regelbundet, och i Kina och i Bangladesh har vi kontor för att kunna föra denna dialog mer kontinuerligt. Våra viktigaste intressenter är naturligtvis våra kunder, befintliga och potentiella. Vi träffar kunderna dagligen och fångar upp eventuella förväntningar och frågor från dem. Genom olika kanaler, såsom vår hemsida The Good Project och vår närvaro i sociala medier kan vi interagera på olika sätt med konsumenterna. Med våra medarbetare för vi kontinuerliga samtal, genom medarbetarsamtal och andra former av medarbetardialoger. | |
| **102-44** Viktiga områden och frågor som lyfts i kommunikationen med intressenter och hur organisationen hanterat dessa frågor. | Flyktingsituationen i Turkiet har varit föremål för diskussion och granskning under 2016. Vi har kontaktats av NGOs angående hur vi har hanterat risken med flyktingar i våra leverantörsled. Vi har varit transparenta i våra svar där tyngdpunkten har varit det intensifierade samarbetet kring frågan med BSCI samt påbörjad rekrytering av en resurs i Turkiet.<br>2016 fördes även en debatt kring en för smal modell som använts av Gina Tricot vid en kampanjfilm. Vi fälldes för detta av Reklamombudmannens Opionsnämnd. Vi har en policy som reglerar val av modeller och efter den fällande domen har vi stärkt uppföljningen av denna. | |
| *REDOVISNINGSMETODIK* | | |
| **102-45** Enheter som inkluderas i den finansiella redovisningen samt om några av dessa inte ingår i hållbarhetsredovisningen. | Hållbarhetsredovisningen är för Gina Tricot AB och respektive försäljningsbolag i de 5 länder där våra butiker finns.<br>Den finansiella redovisningen samt information om anställda täcker även in Nordic Fashion Group AB. | |
| **102-46** Process för att definiera redovisningens innehåll samt var påverkan sker. | | s. 34 |
| **102-47** Väsentliga aspekter identifierade i processen för att definiera innehåll. | | s. 35-36 |
| **102-48** Effekten av och orsaken till omräkning av data/information som lämnats i tidigare redovisningar. | Eventuella omräkningar av data redovisas alltid i anslutning till redovisade nyckeltal. Ingen annan information har korrigerats jämfört med tidigare redovisningar. | |
| **102-49** Väsentliga förändringar som gjorts sedan föregående redovisningsperiod gällande väsentliga aspekter och avgränsningar. | Inga väsentliga förändringar har skett. | |
| **102-50** Redovisningsperiod. | Redovisningen avser verksamhetsåret 2016. | |
| **102-51** Datum för förra redovisningens publicering. | Augusti 2016 | |
| **102-52** Redovisningscykel. | Årligen | |
| **102-53** Kontaktperson för redovisningen och dess innehåll. | Johanna Jigmo-Linde, CSR-chef, johanna.jigmo-linde@ginatricot.com | |
| **102-54** Val av rapporteringsnivå. | Denna redovisning har upprättats i enlighet med GRI Standards, nivå Core. | |

| | UPPLYSNING | KOMMENTARER (inkl eventuellt utelämnande av information) | SIDA |
|---|---|---|---|
| | **102-55** GRI Index. | | s. 37-49 |
| | **102-56** Extern granskning. | Redovisningen är inte granskad av extern part, med undantag av vårt ekonomiska resultat. Våra revisorer har däremot genomgått redovisningen och bedömt hur väl den uppfyller kommande lagkrav vad gäller icke-finansiell information. | |
| VÄSENTLIGA ASPEKTER | | | |
| *EKONOMISK PRESTANDA* | | | |
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Vårt ekonomiska resultat är tydligt avgränsat till vår verksamhet, i enlighet med finansiella rapporterings- och redovisningsregler. Sedan påverkas en rad aktörer av vårt ekonomiska resultat, såsom våra leverantörer vilka ska ha betalning för produkter och tjänster de levererar, medarbetares lön för utfört arbete och våra ägare i form av avkastning. | |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |
| **GRI 201: Economic Performance 2016** | **201-1** Skapat och levererat direkt ekonomiskt värde. | Värde (i MSEK)<br>Nettoomsättning: 2 028 (1 954)<br>Rörelsekostnader: -1 638 (-1 591)<br>Löner och ersättningar till anställda: -366 (-359)<br>Räntor: för 2015: -7, för 2016: -4<br>Skatter: -108 (-94)<br>Samhällsinvesteringar: 0 (-4)<br>Behållet ekonomiskt värde: -89 (-101)<br>Skulder: 517 (583)<br>Eget kapital: 451 (558)<br>Mängd sålda varor (antal plagg): 19 132 421 (18 680 740)<br>Avser koncernnivå (Nordic Fashion Group AB) | |
| *ANTIKORRUPTION* | | | |
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Våra risker för otillbörligt förfarande finns bl.a. i våra inköpsprocesser och ute i mötet med kunder. Vi motverkar detta bl.a. genom policys och utbildning. I våra leverantörsled styr vi beställningar till flera leverantörer parallellt för att inte hamna i beroendeställning, vilket då bl.a. även motverkar korruptionsrisk. Vid revisioner i leverantörsledet är korruptionsrisker också i fokus, såväl i relationen till Gina Tricot, men också i relationen till nästa leds leverantörer. | |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **GRI 205: Anti-corruption 2016** | **205-2** Andel anställda som genomgått utbildning i organisationens policyer och rutiner avseende motverkan mot korruption. | Gina Tricot har under 2016 fortsatt arbetet med att implementera ett nytt Corporate Compliance Program. VI arbetar i dagsläget på att förbättra uppföljningen av antalet anställda som har genomgått antikorruptionsutbildningen som en del av vårt Corporate Compliance Program.<br><br>Under 2016 utbildades samtliga avdelningschefer.<br>2017 kommer den nyligen framtagna antikorruptionspolicyn att kommuniceras ut till övriga anställda och samarbetspartners. | |
| | **205-3** Bekräftade korruptionsincidenter och vidtagna åtgärder. | Inga fall av korruptionsincidenter har rapporterats. | |
| *MATERIAL* | | | |
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Beslut kring val av material ligger till stor del hos oss själva, och dessa val har ur ett livscykelperspektiv en betydande miljöpåverkan. Dessa val behöver göras utan att kompromissa varornas kvalitet och inom satta kostnadsramar. Vi på Gina Tricot har en tydlig målsättning just gällande val av mindre miljöbelastande material och bevakar ständigt utvecklingen av nya material och utvecklingen gällande möjligheten att återanvända material. | s. 8-12,<br>s. 21-24 |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |
| **Other disclosure** | **Egen indikator:** Lista över hållbara material. % totalt antal producerade plagg som är i hållbara material. | Ekologisk bomull 11,4% (12,8%).<br>Lenzing Viscose® 10,7% (2,4%).<br>Better Cotton 7,2% (1,3%).<br>Tencel® 0,2% (0,6%).<br>ProViscose® 0,3% (2,6%).<br>Återvunnen polyester 0,1% (0,3%).<br>Totalt 30% (20%). | s. 9 |
| *ENERGI* | | | |
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Den direkta energiförbrukningen sker i våra egna butiker, vårt kontor och i vårt lager. En mer betydande del av energiförbrukningen i livscykeln sker uppströms (ex. i leverantörers fabriker) och nedströms (vid tvättning av plagg). Vi arbetar därför aktivt både med att minska vår egen förbrukning. I revisioner av leverantörer finns också ett fokus på deras miljöarbete. Till kunden ger vi råd gällande tvätt av plagg.<br>I transportledet arbetar vi aktivt med att minska mängden transporter och att de transportsätt som väljs är de mest energieffektiva (se även aspekten "utsläpp till luft" nedan). | |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |
| **GRI 302: Energy 2016** | **302-1** Energianvändning i den egna organisationen. | | s. 43 |

## UTSLÄPP TON $CO_2$




Andelen Intermodala transporter har ökat betydligt, något som är positivt då vi har minskat antalet lastbilstransporter. Sett till förra årets $CO_2$-utsläpp som flygtransporter genererade ger årets mindre ökning av antalet flygtransporter ett stort utslag i grafen. Problem med leveranser från Bangladesh och Kina bidrog till ökade flygtransporter.

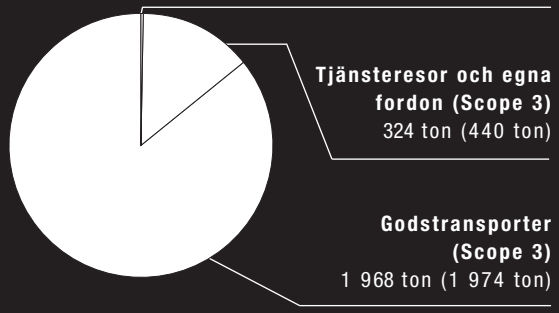
| ENERGIFÖRBRUKNING | 2014 | 2015 | 2016 |
|---|---|---|---|
| El (MWh)* | 3 247 | 3 739 | 4 270 |
| Fjärrvärme (MWh)** | 429 | 377 | 372 |
| Fjärrkyla (MWh)** | 57 | 35 | 54 |

* Uppgift från leverantör, gäller huvudkontor samt de svenska butiker där vi själva avtalar om el.

** Uppgift från leverantör, gäller endast huvudkontor.

## FÖRDELNING $CO_2$-UTSLÄPP

*Föregående års siffror i parentes.*




Godstransporter: Uträkningar är gjorda i enlighet med GHG-protocol och data erhålls från leverantörer. Gäller transporter från leverantör till butik.
Tjänsteresor: Uppgift från resebyrå och sammanställning av inrikes resor Kina i enlighet med GHG-protocol.
El, värme och fjärrkyla: Uppgift från leverantör.

| | | | |
|---|---|---|---|
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Vi har bedömt att vår väsentliga klimatpåverkan är koldioxidutsläpp i scope 2 och 3. Den största påverkan kommer från våra transporter från leverantör till butik. Vi arbetar därför aktivt med att planera logistiken på ett sätt som leder till mindre utsläpp. | |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |
| **GRI 305: Emissions 2016** | **305-2** Totala indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 2). | | s. 43 |
| | **305-3** Övriga relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser (scope 3). | | s. 43 |

*MILJÖPÅVERKAN HOS LEVERANTÖRER*

| | | | |
|---|---|---|---|
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Det finns en rad viktiga miljöaspekter i vårt leverantörsled. Hela vägen från råvaruproduktionen till fabrikerna som syr plagg. Gina Tricot har inte gjort några livscykelanalyser utan arbetar tillsammans med andra i branschen för att få en förståelse för den miljöpåverkan som finns i leverantörsledet och för att där kunna bidra till förbättringar, genom kravställning och genom utvecklingsprojekt. | s. 20-21 |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 36 |
| **GRI 308: Supplier Environmental Assessment 2016** | **308-2** Negativ miljöpåverkan i leverantörsledet och åtgärder som vidtagits. | Det finns en rad viktiga miljöaspekter i vårt leverantörsled. Hela vägen från råvaruproduktionen till fabrikerna som syr plagg.<br><br>De åtgärder som vidtas från oss på Gina Tricot är såväl en bedömning av nya leverantörer som en fortlöpande bedömning av befintliga. Dels så ingår det till en viss del miljökrav i de BSCI-audits som vi låter genomföra. Dels är det med på de checklistor som vi använder vid egna uppföljningar.<br><br>En specifik väsentlig negativ miljöpåverkan i leverantörsledet är vatten-användning. Därför är vi medlemmar i STWI och bedriver i samarbete med andra i vår bransch specifika vattenprojekt i de länder vi köper varor från.<br><br>I samband med STWI projektet har vi reducerat vattenkonsumtionen hos våra leverantörer med 246 986 $m^3$ vatten. | s. 20-21 |

*HÄLSA OCH SÄKERHET I ARBETET*

| | | | |
|---|---|---|---|
| GRI 103: Management Approach 2016 | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Vi har en direkt påverkan på, och ett lagstiftat ansvar för, våra medarbetares arbetsmiljö. Det gäller såväl den fysiska arbetsmiljön som den psykosociala. Utifrån genomförda riskbedömningar är arbetet i butiker av högre risk gällande ergonomiska aspekter och säkerhet (ex. risk för rån och hot). För huvudkontoret och vår lagerverksamhet görs också särskilda riskbedömningar och skyddsronder för att ständigt identifiera risker och lägga upp en åtgärdsplan. (För arbetet med hälsa och säkerhet i leverantörsledet, se avsnittet Sociala förhållanden hos leverantörer nedan). | s. 18, 47 |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |
| GRI 403: Occuptional Health and Safety 2016 | **403-2** Typ av skador och skadefrekvens, arbetsrelaterade sjukdomar, frånvaro, arbetsrelaterade dödsfall. | Vi har under 2016 utökat implementeringen av en säkerhetsportal på intranätet som alla butiker och alla medarbetare på HK har tillgång till. Under 2017 kommer även lagerpersonal få tillgång till systemet. Säkerhetsportalen ska förenkla inrapportering av olyckor och incidenter i alla länder där vi är verksamma. Vi arbetar också aktivt med ett säkerhetsarbete i våra butiker, där vi genomför säkerhetsronder med fokus på bl.a. brandskydd.<br><br>Genom användning av säkerhetsportalen har vår uppföljning av olyckor och arbetsrelaterad frånvaro förbättrats. Under 2016 rapporterades följande:<br>• 0 dödsfall.<br>• 5 olyckor som inte resulterade i frånvaro.<br>• 3 olyckor som resulterade i >8 timmars frånvaro.<br>• 2 arbetsrelaterade sjukdomar som inte resulterade i frånvaro.<br>• 4 arbetsrelaterade sjukdomar som resulterade i långtidsfrånvaro (>14 dagar).<br><br>Den samlade sjukfrånvaron uppgick under 2016 till 4,7%, vilket är en minskning från 2015, då siffran låg på 5,7 %. 2014 låg sjukfrånvaron på 6,5%.<br><br>Av hänsyn till våra anställda har vi valt att inte redovisa olyckor och arbetsrelaterade sjukdomar per land. Huvuddelen (>95 %) av våra medarbetare är kvinnor, därav redovisar vi inte heller statistik per kön. | s. 7 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET* | | | |
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Mångfald, jämställdhet och antidiskriminering är tydligt sammanlänkade i vårt arbete. Vi har här en påverkan i alla våra relationer, med varandra, med våra kunder, våra leverantörer, samarbetspartners osv. Det gäller dels för oss att vara öppna för olika människor att arbeta hos oss, sedan säkerställa att vi är inkluderande på arbetsplatsen och att alla ges lika möjligheter till vidare utveckling. | |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |
| **GRI 405: Diversity and Equal Opportunity 2016** | **405-1** Mångfald redovisat för ledande befattningar och övriga anställda. | Vi har i dagsläget inte utrett möjligheten att hitta lämpliga mått på mångfald, men det kommer att diskuteras under 2017.<br><br>Åldersfördelning<br>Ledningsgrupp:<br><30 år: 0 personer<br>30–50 år: 6 personer<br>>50 år: 3 personer<br><br>Tjänstemän/kontor (inkl styrelse):<br><30 år: 61 personer<br>30–50 år: 95 personer<br>>50 år: 19 personer<br><br>Butiks- och lagerpersonal:<br><30 år: 1408 personer<br>30–50 år: 364 personer<br>>50 år: 7 personer | |
| *ANTIDISKRIMINERING* | | | |
| **GRI 103: Management Approach 2016** | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Se beskrivning ovan under mångfald och jämställdhet. | |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 35 |
| **GRI 406: Non-discrimination 2016** | **406-1** Antal fall av diskriminering samt vidtagna åtgärder. | Inga fall av diskriminering har rapporterats.<br><br>En stämningsansökan rörande brott mot LAS gavs in mot Gina Tricot under 2016 men lades ner utan rättslig åtgärd. | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *BARNARBETE* | | | |
| GRI 103: Management Approach 2016 | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Risken för barnarbete ligger i vår leverantörskedja, ända ner till råvaruproduktionen. Vi behöver därför angripa denna risk på flera olika sätt. I fabriker där vi har möjlighet att göra revisioner är detta ett mycket tydligt fokusområde då barnarbetsfrågan följs upp i samband med BSCI-revisioner samt vid egna fabriksbesök. Vi har en policy som direkt förbjuder användning av bomull från Uzbekistan, Turkmenistan och Syrien då risken för barnarbete anses för stor.<br><br>För att öka vår förståelse för frågorna arbetar vi i nära samarbete med UNICEF. | |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 36 |
| GRI 408: Child Labor 2016 | **408-1** Verksamheter och leverantörer för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för fall av barnarbete, och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av barnarbete. | Det finns en ökad risk för barnarbete längre ner i leverantörskedjan samt i fabriker med enklare arbetsuppgifter såsom packning av varor. Uppföljningen av hur vår uppförandekod når underleverantörer samt besök hos underleverantörer tillsammans med utbildning av företagsledningen hos leverantörerna är av stor vikt för att stävja barnarbete.<br><br>Vi har nolltolerans mot barnarbete. Om barnabete uppdagas har vi ett uppföljningsprogram för det enskilda barnet samt uppföljning och dialog med den berörda leverantören. Sedan 2010 har Gina Tricot tillsammans med UNICEF och lokala partners i Bangladesh drivit ett utbildningsprojekt på förskolor i Dhaka. Projektet syftar bl a till att förebygga barnarbete. | s. 28 |
| *TVÅNGSARBETE* | | | |
| GRI 103: Management Approach 2016 | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Risken för tvångsarbete ligger i vår leverantörskedja, ända ner till råvaruproduktionen. Vi behöver därför angripa denna risk på flera olika sätt. I fabriker där vi har möjlighet att göra revisioner är detta ett mycket tydligt fokusområde både vid BSCI-revisioner och vid egna fabriksbesök.<br><br>Vi har en policy som direkt förbjuder användning av bomull från Uzbekistan, Turkmenistan och Syrien då risken för tvångsarbete anses för stor. | s. 19 |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 36 |
| GRI 409: Forced or Compulsory Labor 2016 | **409-1** Verksamheter och leverantörer för vilka man uppmärksammat att det finns väsentlig risk för tvångsarbete eller obligatoriskt arbete, och åtgärder som vidtagits för att bidra till avskaffande av alla former av tvångsarbete eller obligatoriskt arbete. | Risken för tvångsarbete bedöms störst längre ner i leverantörskedjan. Alla potentiella nya leverantörer genomgår revision, som bland annat avser förekomst av tvångsarbete eller obligatoriskt arbete. Detta gäller även BSCI-revisioner samt egna fabriksbesök hos leverantörer vilka vi har pågående samarbete med. | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *SOCIALA FÖRHÅLLANDEN HOS LEVERANTÖRER* | | | |
| GRI 103: Management Approach 2016 | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Sociala förhållanden i leverantörsledet är en stor utmaning för oss, och för hela branschen. Risken är som störst i vårt leverantörsled av produkter. | s. 15-16, 18 |
| | **103-2** Beskrivning av styrning. | | s. 36 |
| GRI 414: Supplier Social Assessment 2016 | **414-1** Andel nya leverantörer som bedömts utifrån sociala kriterier. | Alla leverantörer som producerar modevaror för Gina Tricot erkänner uppförandekoden som är en del av generalavtalet. En revision ska vara gjord före första inköpsorder, det kan vara en BSCI revision eller revision från likvärdigt system. Revisionen ska omfatta kontroll av bl.a. mänskliga rättigheter, arbetsvillkor (inkl. barnarbete och tvångsarbete) samt miljöprestanda. Vid revisioner kontrolleras även hälso- och säkerhetsaspekter som kemikaliehantering, ventilation och brandskydd.<br><br>Totalt påbörjades samarbete med 10 nya producerande enheter under 2016. Samtliga dessa har genomgått en revision. | |
| | **414-2** Negativa konsekvenser för sociala förhållanden i leveranskedjan och åtgärder som vidtagits. | Majoriteten av våra inköp läggs hos leverantörer i det vi kallar riskländer. Vi baserar vår klassificering av riskländer på BSCI:s Risk Countries Classification. Vi genomför därför revisioner, med fokus på mänskliga rättigheter och arbetsvillkor. Dessa revisioner genomförs inom BSCI:s revisionsprogram men vi genomför också egna uppföljningar av våra leverantörer.<br><br>Under 2016 genomfördes 74 st BSCI revisioner och vi genomförde 131 (75) egna uppföljningsbesök. Anledningen till den dramatiska ökningen av uppföljningsbesök var att regionkontoret i Bangladesh utökade antalet besök för att säkra Accord och BSCI efterlevnad hos våra leverantörer. De leverantörer som inte uppfyller kraven får en åtgärdsplan. I det fall en leverantör inte visar på framsteg mot åtgärdsplaner så avvecklas vårt samarbete. Under 2016 har arbetet med 1 leverantör avslutats på grund av bristande intresse för förbättringsåtgärder. | |
| *PRODUKTANSVAR* | | | |
| GRI 103: Management Approach 2016 | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Ur ett säkerhetsperspektiv finns en risk att det i leverantörsledet används otillåtna eller på annat sätt olämpliga ämnen (såsom kemikalier och tungmetaller) och att dessa följer med i produkten. Vi måste därför på olika sätt minska risken för att detta händer. Detta produktansvar berör såväl konsumentens hälsa och säkerhet som andra människor som riskerat att ha kommit i kontakt med dessa ämnen fram till butik. Påverkan är störst genom ett arbete i relationen med leverantören, så att vi dels arbetar förebyggande och också direkt (genom testning på plats) kan upptäcka eventuella brister. | s. 25 |
| | **103-2** Beskrivning av styrning | | s. 36 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| GRI 416: Customer Health and Safety 2016 | **416-1** Andel av betydande produkt- och tjänstekategorier där påverkan på kunders hälsa och säkerhet har undersökts. | Vi på Gina Tricot bedriver ett ständigt arbete med att följa upp produkternas kvalitet och säkerhetsaspekter.<br><br>Vi genomför därför tester på produkterna och kräver tester av våra leverantörer. Detta arbete pågår ständigt inom samtliga produkt-kategorier.<br><br>Andel reklamationer: 0,24% (0,25%)<br><br>Återkallade produkter av kvalitets/kemikalieorsak: 2 st (2 st) | |
| *DJURSKYDDSFRÅGOR* | | | |
| GRI 103: Management Approach 2016 | **103-1** Förklaring av den väsentliga aspektens påverkan samt dess avgränsningar. | Modebranschen har en indirekt påverkan på djurhållning genom att material såsom ull, dun, angora m.m används för att tillverka mode-varor. Vi har en djurpolicy som reglerar ursprunget för material från djur, såsom användningen av ull, dun och fjäder. Vi tillåter inte äkta päls, utan använder syntetpäls och vi tillåter inte heller angora. Kosmetik vi säljer är inte testad på djur. | s.25 |
| | **103-2** Beskrivning av styrning | | s. 35 |
| Other disclosures | Indikator saknas, endast rapportering av styrning | | |

# RIGHTS <3 RESPONSIBILITIES

ginatricot

**Grafisk form:** Sustainable Studio, **Foto:** Gina Tricot, **Skribenter:** Gina Tricot, Kolossal