

2012



FUTURE
FRIENDLY
FASHION
BY
KappAhl

KappAhl

HÅLLBARHETSREDOVISNING

INNEHÅLL

Johan Åberg, VD och koncernchef, samt Elenor Loyd, miljöchef, svarar på frågor om det gångna året	2
Intervju	4
Vår vision	5
Produktionsländerna	6
KappAhls intressenter – och dialogen med dem	8
Värdekedjan	10
Future	12
Våra insatser inom Future – exempel	13
Friendly	16
Våra insatser inom Friendly – exempel	17
Fashion	22
Våra insatser inom Fashion – exempel	23
Övrigt	26

I år har KappAhl bland annat sålt över 11 miljoner miljömärkta plagg, vilket motsvarar drygt 20 procent av alla varor KappAhl sålde 2011/2012.



”KappAhl driver ett aktivt hållbarhetsarbete. Riskanalys finns och de största riskerna minimeras först. Hållbarhetsarbetet är vidare transparent och involverar flera intressentgrupper. Socialt ansvarstagande är en viktig hygienfaktor för att lyckas långsiktigt i framtida affärer.”

Dag Sjöholm, chef för Management System Certification på SP Sveriges Tekniska Forskningsinstitut – den organisation som årligen genomför revision för KappAhls miljöcertifiering i enlighet med ISO 14001.

AFFÄRSIDÉ

KappAhls affärsidé är ”Prisvärt mode för många människor” – kvinnor, män och barn.

VISION

”KappAhl ska bli en betydande modekedja i 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.

KAPPAHLS HÅLLBARHETSVISION

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

MARKNAD

KappAhl har butiker i Sverige, Norge, Finland, Polen och Tjeckien. Företagets enskilt största marknad är Sverige. Det totala värdet på KappAhls marknad uppgick vid ingången av 2012 till drygt 190 miljarder kronor.



KappAhl lanserade 2012 ”It’s all about being friendly”, en kollektion med hållbara material.

KORT OM DENNA HÅLLBARHETSRAPPORT

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

Vi arbetar sedan länge systematiskt med de mest centrala hållbarhetsfrågorna i vår bransch samt deras påverkan genom hela flödet: från framtagande av råvara till design, produktion, transport, butik och slutligen konsumtion och återanvändning och återvinning.

Rapporten omfattar, i de fall inget annat anges, insatser som gjorts under verksamhetsåret 2011/2012.

Forskare från Göteborgs universitet har följt arbetet

KappAhl samarbetar med Handelshögskolan vid Göteborgs universitet för att utveckla sitt arbete inom hållbarhet. En av Handelshögskolans doktorander har i sin forskning följt framtagningen av KappAhls hållbarhetsrapport. Forskningen syftar till att svara på frågan hur ett företags interna aktiviteter, bedömning av och relationer med intressenter samverkar och formar innehållet i hållbarhetsrapporten. Ambitionen är att företag som hållbarhetsredovisar kan

använda studien för att finna inspiration och diskutera problem och möjligheter runt processen för hållbarhetsredovisning. Avhandlingen förväntas vara klar hösten 2013.



VIKTIGA HÄNDELSE R UNDER 2011/2012

COTTON

KappAhl genomfört ett BCI-projekt för organiskt odlad bomull i Indien, där den första skörden ägde rum under verksamhetsåret.



CLEANER PRODUCTION

KappAhl har under året blivit uppmärksammat vid World Economic Forum i Davos tack vare projektet Cleaner Production i Bangladesh.



KappAhl har medverkat i ett nätverk som arbetar för återvinning av textilier.

KappAhls konsumentplastpåsar innehåller 100 procent återvunnen plast.



KappAhl har medverkat i utvecklingen av en unik modell för analys som leder till mer hållbara beslut i logistikfrågor.

”HÅLLBARHETSARBETET HAR STRATEGISK BETYDELSE FÖR OSS”

VARFÖR ÄR HÅLLBARHETSARBETET VIKTIGT FÖR KAPPAHL?

JÅ: Det är nödvändigt för att hantera många av de centrala utmaningar som väntar i samhället – både ur ett företagsmässigt men naturligtvis också ur ett personligt perspektiv. För oss som företag handlar det exempelvis om tillgången på råvaror, leverantörer, transporter och kompetens och hur vi påverkar samhället med vår verksamhet. Att ta hänsyn till hållbarhetsperspektivet genom hela kedjan från råvara till produkt gör att vårt erbjudande stärks. På så sätt blir hållbarhetsarbetet viktigt ur ett rent affärsstrategiskt perspektiv, och något som vi måste hantera på ett ansvarsfullt sätt. Hållbarhetsarbetet ger dessutom energi till oss som arbetar här – det är positivt att vara del av ett företag som bidrar till en lösning på de långsiktiga utmaningarna.

VAD MENAS MED ATT NI TAR ETT ANSVAR I HÅLLBARHETSFRÅGOR?

JÅ: Vi har ett ansvar i fråga om våra relationer med omgivningen och när det gäller användandet av resurser. Vi vill ge något tillbaka till samhället vars resurser vi använder. Till våra produkter förbrukas en mängd vatten, kemikalier och bomull. Ungefär 2,5 procent av jordens yta används till bomullsodling. Dels konkurrerar bomullen med andra grödor, dels bedrivs den konventionella odlingen på ett sätt som inte är långsiktigt hållbart. Detta kan förutom att påverka både människor och miljö leda till begränsad tillgång på sikt.

EL: Ta till exempel vårt engagemang i Better Cotton Initiatives, för mer hållbar bomullsodling. Det visar att det går att odla på ett sätt som ger större skördar,

bättre ekonomi och hälsa för odlaren och minskad utarmning av marken.

VAD STÅR BEGREPPET FUTURE, FRIENDLY, FASHION FÖR HOS ER?

JÅ: Future, Friendly, Fashion ramar in vårt hållbarhetsarbete på ett konkret och lättbegripligt sätt. Det blir tydligt att vi arbetar integrerat med hållbarhetsfrågor genom hela värdekedjan.

EL: De ambitioner som sammanfattas i Future, Friendly, Fashion skickar en tydlig signal till kunder och andra viktiga målgrupper i omvärlden om att vi tar dessa frågor på allvar.

VAD ÄR DU MEST STOLT ÖVER?

JÅ: Engagemanget som lyser igenom i det dagliga arbetet och i alla hållbarhetsprojekt. Ta till exempel vårt träningscenter för utsatta kvinnor som vi har i Bangladesh som jag nyligen besökte. Det är fantastiskt att se vilken nytta vårt engagemang skapar där och jag vet att det är många av våra medarbetare som är engagerade i dessa frågor.

EL: Eftersom vi har höga ambitioner och alltid blickar framåt är det lätt att glömma bort allt bra som organisationen redan åstadkommit. Exempelvis att vi var först i modevärlden med miljöcertifiering och att vi årligen säljer över 11 miljoner miljömärkta plagg. Det är något att vara stolt över. Liksom våra insatser för att skapa miljöeffektiva transporter och logistik, bland annat genom Clean Shipping. När vi upphandlade transporter under året lät vi hållbarhetsfrågor ha tydlig inverkan på valet, utifrån en metod som vi nu provar på upphandling av andra tjänster. Det här är bara några bra exempel.

JÅ: Samtidigt finns det en positiv

frustration i organisationen för att vi vill göra mer. Men min övertygelse är att det är viktigt att fortsätta att arbeta utifrån en tydlig plan, steg för steg.

VILKA INSATSER UNDER ÅRET ÄR DU SÄRSKILT NÖJD MED?

EL: Det finns flera. På en övergripande nivå skulle jag säga att vi genom Future Friendly Fashion skapat en tydlig struktur för hållbarhetsarbetet och därmed också skapat förutsättningar för att bli tydligare i vår kommunikation. Vi har lyssnat på kritiken från våra intressenter som tycker att vi borde bli tydligare med att kommunicera allt vi gör. Om jag ska nämna ett specifikt projekt så blir det Cleaner Production i Bangladesh som på ett fantastiskt sätt visade hur man kan minska förbrukningen av vatten, kemikalier och energi i produktionen. Det lyftes fram som ett framgångsrikt exempel vid World Economic Forum i Davos 2012.

JÅ: Det finns flera projekt som är värda att uppmärksammas, men samtidigt är det engagemanget och det metodiska tillvägagångssättet i vårt dagliga hållbarhetsarbete som jag vill lyfta fram mest.

VAD KAN NI BLI BÄTTRE PÅ, INOM HÅLLBARHETSOMRÅDET?

JÅ: Först och främst vill jag påpeka att vi är ödmjuka i detta arbete. Behovet av förbättringar finns överallt, hela vägen från råvara till färdigt plagg i butik, men även när det gäller information till våra kunder.

EL: Många konsumenter vill lära sig mer om hållbarhet. De vill hjälpa till men vet inte alltid hur. Det är något vi kan hjälpa till med på ett än tydligare sätt. Faktum är att vi kan bli ännu bättre på att samla de dialoger vi har med alla intressenter, inte

bara våra kunder, och använda kunskapen vi får i vår produktutveckling och design.

MEN ÄR HÅLLBARHETSARBETET PRIORITERAT ÄVEN I TUFFA TIDER?

JÅ: Det finns ingen konflikt mellan hållbarhetsarbete och lönsamhet. Tvärt om, att arbeta med långsiktig hållbarhet och att hushålla med våra resurser är en central del av vår verksamhet. Det är något vi behöver jobba med oavsett marknadsläge, eftersom det skapar bättre förutsättningar för oss affärsmässigt.

HUR BIDRAR NI TILL BRA ARBETSVILLKOR HOS LEVERANTÖRERNA?

JÅ: Vi har en viktig roll att spela när det gäller mänskliga rättigheter i de länder där vi har produktion. Vår uppförandekod, som leverantörerna förbinder sig att följa, omfattar bland annat säkerhet på arbetsplatsen, barnarbete, föreningsfrihet, löner och arbetstider. Vi har ett väl fungerande system för att identifiera avvikelser hos leverantörerna, men även för att stödja förbättringar – något vi lägger stor vikt vid. I år genomfördes närmare 700 inspektioner och uppföljningsbesök på de fabriker där våra varor tillverkas.

VILKA ÄR DE VIKTIGASTE FRÅGORNA PÅ LÅNG SIKT?

JÅ: Vi ser en attitydförändring, som kommer att stärkas ytterligare, när det gäller hållbarhet och konsumtion i stort. Det kommer att påverka oss, och det är något vi behöver förbereda oss för på ett klokt sätt. Jag tycker att vi visar att vi tänker rätt i och med den lyckade lanseringen av den hållbara kollektionen "It's all about being friendly" och det arbetet vi gör för att finna nya lösningar kring exempelvis

användandet av mer hållbara material och återvinning av textilier.

EL: Återvinning är ett område där vi även kan göra stor nytta. Vi använder till exempel redan plastkassar som består av 100 procent återvunnet material. Vi är även noga med att välja rätt material till inredningen i butikerna, ur ett hållbarhetsperspektiv.

VILKA FRÅGOR KOMMER NI ATT FOKUSERA PÅ 2012/2013?

JÅ: Först och främst att fortsätta det

kontinuerliga dagliga arbetet, inom de områden vi valt att prioritera.

EL: Vi kommer att arbeta med de övergripande mål som vi definierat för Future Friendly Fashion inom våra fokusområden, det vill säga utsläpp, resurser, relationer, arbetsplats, utbildning, kvalitet och hållbar design.

JÅ: Rent konkret innebär det att vi exempelvis fokuserar på mer hållbara material i våra kollektioner och i våra butiker.



”HÅLLBARHETSFRÅGORNA ÖKAR I BETYDELSE”

Eva Kindgren, CSR- och Kvalitetschef i produktionen, svarar på två frågor kopplat till KappAhls hållbarhetsarbete.

VAD ÄR DET VIKTIGASTE SOM HÄNT INOM DITT OMRÅDE 2011/2012?

Generellt sett kan vi konstatera att hållbarhetsfrågorna fortsätter att öka i betydelse. Det är glädjande. De viktigaste projekten under året har varit koncentrerade till åstadkomma minskad användning av vatten, energi och kemikalier i produktionen. I Bangladesh har vi bland annat gjort förstudier hos leverantörer med våtprocesser, som pekar på möjligheten att göra stora vatten- och energibesparingar. Inom kemikalieområdet, som också är prioriterat, har vi en väl utvecklad process för att kontrollera att det inte finns några farliga kemikalier i plaggen.

VAD BLIR VIKTIGAST KOMMANDE ÅR, INOM DITT OMRÅDE?

Vi kommer att prioritera projekt i de länder där våra leverantörer producerar varor. Hit hör allt från träningscentret för utsatta kvinnor i Bangladesh till att fortsätta att utbilda bomullsodlare till att odla på ett hållbart sätt, med mindre bekämpningsmedel och vatten. Det leder till bättre skördar, mindre resursförbrukning och bättre ekonomi för odlarna. Jag brinner även av iver för att försöka föra vidare erfarenheterna från vårt lyckade vattenprojekt i Bangladesh till andra delar av Asien. På så sätt kan vi skapa vinn-vinn-situationer på fler ställen, med stora ekonomiska och miljömässiga besparingar. Jag vill även se att våra samarbeten med andra intressenter fortsätter att utvecklas på samma fina sätt. Det gör att även KappAhl, globalt sett, kan göra skillnad i många frågor.



”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.

SYSTEMATISKT ARBETE GENOM HELA FLÖDET

Vi arbetar systematiskt med hållbarhetsfrågor genom hela flödet, från design till kund: med produktion, transporter och återvinning. Allt för att kunderna ska känna sig trygga med varorna de handlar på KappAhl.

ALLT UTGÅR FRÅN VÅR HÅLLBARHETSVISION

Vårt arbete utgår från vår hållbarhetsvision:

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

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 den första modekedjan

i världen att bli miljöcertifierad. Det skedde redan 1999. Idag består av över 20 procent av KappAhls sortiment av miljömärkt mode.

Dessutom tipsar vi våra kunder om hur de kan bidra genom att ta hand om sina kläder på bästa sätt.

HÅLLBARHETSARBETET SAMMANFATTAT I TRE ORD

Under begreppet 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.

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.



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.



FASHION

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

Under begreppet Fashion samlar vi det KappAhl gör för att utveckla mode med bästa resursanvändning och med hållbara materialval. Allt för att det ska vara enkelt att handla mode producerat med omsorg.

”KAPPAHL I VÄRLDEN”

NORGE

Antal anställda: **1 264**
Antal butiker: **103**

FINLAND

Antal anställda: **573**
Antal butiker: **62**

SVERIGE

Antal anställda: **2 388***
Antal butiker: **165**

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

POLEN

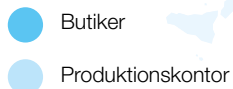
Antal anställda: **331**
Antal butiker: **53**

TURKIET

Antal anställda inom KappAhl: **10**
Antal quality controllers: **2**
Antal medarbetare som arbetar med uppförandekoden: **1**
Antal produktionskontor: **1**

TJECKIEN

Antal anställda: **31**
Antal butiker: **5**



Här kan du se i vilka länder KappAhl har butiker och i vilka länder vi producerar våra varor. Vi äger inga egna fabriker utan är en av många kunder hos fristående tillverkare världen över. Vi skapar arbetstillfällen i Asien och Europa och bidrar därmed 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.

KINA

Antal anställda: **81**
Antal quality controllers: **15**
Antal medarbetare som arbetar
med uppförandekoden: **6**
Antal produktionskontor: **2**

SYDKOREA *

Antal quality controllers: **7**
Antal medarbetare som arbetar med
uppförandekoden: **1**
Antal produktionskontor: **1**
*KappAhl verkar genom en agent i Sydkorea.

INDIEN

Antal anställda: **20**
Antal quality controllers: **5**
Antal medarbetare som arbetar
med uppförandekoden: **1**
Antal produktionskontor: **2**

BANGLADESH

Antal anställda: **44**
Antal quality controllers: **5**
Antal medarbetare som arbetar med
uppförandekoden: **2**
Antal produktionskontor: **1**

”BRA DIALOG MED

För oss är det viktigt att samarbeta med våra intressenter. Det ger oss möjlighet till kunskapsutbyte, ökad förståelse och det 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.

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. Sedan sommaren 2012 finns vi även på Twitter där vi rapporterar om stora som vardagliga händelser inom hållbarhetsområdet.

INVESTERARE OCH SKOLOR

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

400 MAIL FRÅN KUNDER

2011/12 fick vi närmare 400 kundmail som alla fick ett personligt svar. 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. Till de vanligast förekommande kundfrågorna 2011/12 hör frågor kring kemikalier i textilier. De vanligaste frågorna från intresseorganisationer, myndigheter och branschföreträdare handlar om återvinning av textilier. Till höger presenteras vanliga frågor från våra intressenter.

Hur ser processen för att arbeta med hållbarhet och hållbarhetsrapporten ut?

Viktiga dialogområden:

- Miljö och klimat
- Arbetsförhållanden i produktionsländerna
- Arbetstillfällen
- Kunskapsutbyte

SKOLOR
OCH UNIVERSITET

Vad gör KappAhl för att det inte ska förekomma minderåriga i produktionen?

Viktiga dialogområden:

- Miljö och klimatpåverkan
- Arbetsförhållanden och löner i produktionsländerna
- Djuromsorg
- Bidrag till samhällsutveckling

NGOS

Viktiga dialogområden:

- Arbetsförhållanden
- Efterlevnad av lagar och riktlinjer
- Miljö och klimat

MYNDIGHETER

Hur arbetar vi med hållbarhetsfrågor och hur ser vi på utvecklingen framöver?

NÄTVERK & BRANSCHKOLLEGOR

Viktiga dialogområden:

- Samarbete kring miljö och klimat
- Samarbete kring arbetsförhållanden i produktionsländerna
- Upprättande av gemensamma riktlinjer
- Lagstiftning

Hur kan vi tillsammans i branschen bidra till återvinning av textilier?

VÅRA INTRESSENER”

Hur kan KappAhl hjälpa oss att agera mer hållbart och samtidigt stärka vår konkurrenskraft?

Viktiga dialogområden:

- Långsiktiga relationer
- Efterlevnad av krav
- Bidrag till utveckling av miljöförbättrande åtgärder

LEVERANTÖRER

INVESTERARE

Viktiga dialogområden:

- Miljö och klimat
- Affärsetik
- Mänskliga rättigheter
- Arbetsrättsförhållanden

KUNDER

Viktiga dialogområden:

- Arbetsmiljön i produktionsländerna
- Kvaliteten på produkterna
- Kemikalier i produkterna
- Användning av kemikalier i produktionsprocessen

ANSTÄLLDA

Viktiga dialogområden:

- Arbetsmiljö och lön
- Jämlikhet
- Öppet arbetsklimat
- Möjlighet till utbildning och karriärsutveckling

SAMHÄLLE

Viktiga dialogområden:

- Investeringar
- Arbetstillfällen
- Samhällsengagemang och utveckling

Hur påverkar KappAhls agerande i viktiga hållbarhetsfrågor förmågan att nå de affärsmässiga målen?

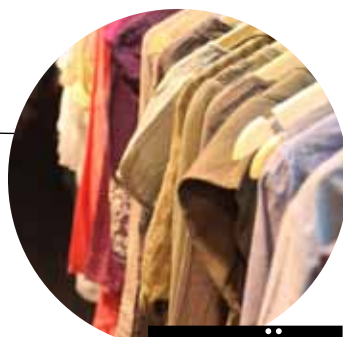
Kan jag vara trygg med att kläder från KappAhl är säkra för mig och min familj, exempelvis när det gäller kemikalier?

Hur säkerställer vi att KappAhl är en bra arbetsplats där jag trivs och utvecklas?

Hur kan KappAhl bidra till ett bättre samhälle där företaget är verksamt, exempelvis i produktionsländerna?

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

Snyggt mode till ett bra pris. Prisvärt handlar också om att våra kunder ska vara nöjda med KappAhl som företag. Hela flödet ska präglas av en hållbar helhetssyn. För att nå dit krävs både energi och kunskap, men även ett systematiskt arbetssätt – hela vägen från idé och design till försäljning i våra 388 butiker eller vår Shop Online. Här får du en bild av hur vi arbetar med hållbarhet i varje steg längs denna kedja.



INKÖP

”VAL OCH STYRNING AV LEVERANTÖRER”

För att bidra till utvecklingen i de länder där vi har produktion har KappAhl en uppförandekod som är en del av ramavtalet med våra leverantörer. Genom att skriva ramavtal med KappAhl förbinder sig leverantören att följa uppförandekoden och att arbeta proaktivt för att möta kraven inom sin verksamhet och i sin del av värdekedjan.



DESIGN

”HÅLLBAR DESIGN”

Alla plagg designas av våra egna designers på vårt huvudkontor i Mölndal. Hållbar design handlar om att ha med sig rätt kunskap från början. Det handlar till exempel om materialval och om hur vi gör det enkelt för kunden att ta hand om sina plagg på ett hållbart sätt. Varje år säljer KappAhl över 11 miljoner plagg med certifierade miljömärkningar. Med kollektioner som Newbie, Kaxs och ”It’s all about being friendly” växer vårt sortiment av hållbart producerat mode.



PRODUKTION

”VI BIDRAR TILL UTVECKLING OCH FÖRBÄTTRINGAR”

KappAhls produktion sker hos närmare 200 noga utvalda leverantörer i Asien och Europa. Drygt 80 procent av inköpen görs i Asien och ett 30-tal producenter står för 60 procent av den totala volymen. För att skapa en effektiv och kvalitetssäkrad produktionsprocess har KappAhl produktionskontor på viktiga inköpsmarknader: Bangladesh, Indien, Kina, och Turkiet samt i Sydkorea, via en agent. KappAhl genomför frekventa revisioner hos våra leverantörer och stickprover i alla steg i produktionsprocessen. Tillsammans med branschkollegor arbetar vi gärna i projektform för att bidra till exempelvis minskad miljöpåverkan. I Bangladesh driver vi en skola för att utbilda fattiga kvinnor.



DISTRIBUTION

”VAL AV TRANSPORTSLAG PÅVERKAR MILJÖN”

Transporter bidrar med utsläpp av bland annat växthusgaser. Genom att välja rätt transportslag kan vi minska påverkan på miljön. 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 80 procent av transportererna från tillverkningslandet sker med båt, av miljö- och kostnadsskäl. Där så är möjligt väljer vi att distribuera våra varor via järnväg. 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 aktivt för att minska miljöpåverkan från fartygstransporter.



MARKNADSFÖRING

”SUNDA IDEAL”

Hösten 2012 lanserade KappAhl reklamkonceptet ”Hey, I like your style”, som är en hyllning till vår kärnkund – kvinnan mitt i livet. Det nya reklamkonceptet bygger på att följa tre sunda och naturliga kvinnor vars karaktärer är baserade på dessa så kallade modeattityder. För oss är det viktigt att stå för sunda ideal och sund marknadsföring. Vi säljer och marknadsför till exempel inte plagg som kan uppfattas som stötande.



FÖRSÄLJNING

”BUTIKER, KLÄDVÅRD & ÅTERVINNING”

Vi ställer hårda krav på ingående material när vi bygger våra butiker och arbetar hela tiden med ständiga förbättringar. Tillsammans med en av våra leverantörer har vi arbetat för att minska vikten på vår butiksinredning, något som minskar åtgången av material och minskar transportbehovet. Vi arbetar för att hela tiden sänka energiförbrukningen i våra butiker. Vi arbetar också för att informera våra kunder om hur de tar hand om sina kläder, en stor del av miljöpåverkan i plaggens livscykel.



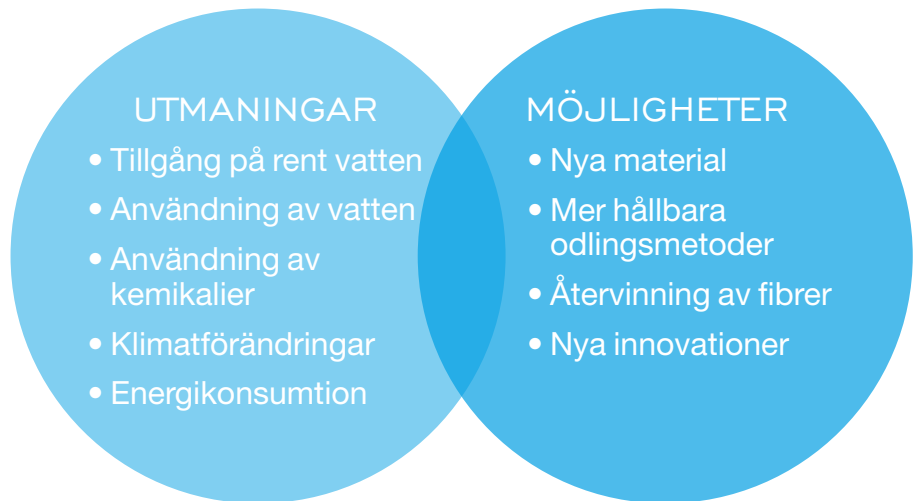
”VI SKA BIDRA TILL EN BÄTTRE FRAMTID FÖR VÅR PLANET”

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.

FRÅN ODLING TILL FÄRDIG PRODUKT

Vi arbetar med hållbarhet genom hela kedjan. Det gör vi till exempel genom att bidra till ökad användning av hållbara material, effektivare vattenanvändning i produktion och mer hållbara transporter och effektiva logistiklösningar. Vi arbetar också för att skapa miljömässiga förbättringar hos leverantörerna, i våra butiker, på vårt centrallager och våra kontor.

KappAhl har identifierat följande centrala utmaningar och möjligheter sett utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Vårt långsiktiga arbete syftar till att hantera dem på ett klokt och ansvarsfullt sätt.



VÅRA ÖVERGRIPANDE MÅL

FOKUSOMRÅDE	MÅL
Föroreningar	Minska utsläpp av CO ₂
Resurser	Minska användningen av vatten och kemikalier i produktion
	Minska energiförbrukningen

”ETT EGET SNABBSPÅR FÖR HÅLLBAR BOMULLSODLING”

Bomull är en av de mest odlade grödorna i världen och totalt uppskattas omkring 300 miljoner människor arbeta i bomullsindustrin, vilket gör den betydelsefull. Bara en procent av världens bomull är hållbart odlad och majoriteten av odlingarna bedrivs med metoder som inte är långsiktig hållbara.

MEDLEM I BCI 2007

Bomull är KappAhls viktigaste råmaterial. Vi köper årligen 11 miljoner kg bomull. Detta medför ett ansvar att sträva efter miljömässiga förbättringar. 2007 blev vi medlem i Better Cotton Initiative (BCI), som jobbar för att öka tillgången på hållbart odlad bomull. Via BCI lär sig odlare att använda mindre vatten, mindre kemikalier och mindre bekämpningsmedel även i den konventionella bomullsodlingen.

86 PROCENT HÖGRE AVKASTNING

De första skördarna med Better Cotton ägde rum 2010/2011 i Brasilien, Indien, Mali och Pakistan. Sedan dess har utvecklingen gått snabbt. Under 2011/2012 odlade över 35 000 indiska bönder bomull i enlighet med BCIs riktlinjer. En studie där vanlig odling jämfördes med Better Cotton-jordbruk pekar på tydliga fördelar med den hållbara odlingen, vars skördar i genomsnitt gav 37 procent mer bomull än skördar från vanliga bomullsodlingar. Dessutom var den ekonomiska avkastningen i snitt 86 procent högre per hektar.

INITIERAT ETT 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. Åtagandet innebär att vi ska utbildade 700 odlare i indiska Gujarat per år under en treårsperiod. Bomullsproduktionen från projektet väntas räcka till 4,6 miljoner plagg. Implementeringen sker tillsammans med organisationen Cotton Connect. Den första skörden från denna satsning kom under hösten 2011.

Läs mer om BCI på BetterCotton.org.



UTVECKLAT UNIK MODELL FÖR ANALYS AV LOGISTIK

Under 2012 har KappAhl medverkat i ett projekt som resulterat i en unik modell för logistikanalys. Modellen, som tagits fram tillsammans med logistikföretaget Geodis Wilson, ger överblick över hela logistiksystemet och hur företag kan planera sina framtida transporter. Slutresultatet kommer att presenteras i en mobilapp där olika scenarier kan simuleras.

NYA STWI- GUIDELINES

Under 2010 bildade KappAhl tillsammans med 24 andra svenska textil- och skoföretag Swedish Textile Water Initiative, STWI. STWIs syfte är att utveckla riktlinjer för en hållbar vattenanvändning i produktionen.

Våren 2012 lanserade STWI gemensamma riktlinjer för hållbar vattenanvändning och kemisk användning i försörjningskedjor. Riktlinjerna har utvecklats av STWIs medlemmar i samarbete med externa experter.

Läs mer om STWI på Swedish-Waterhouse.se.

”EFFEKTIVARE FRAKTER TILL HAVS”

Att transportera vårt mode från producentländerna till vår distributionscentral, och därifrån ut till butikerna är en nödvändig process i vår verksamhet. 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, samlastning med andra företag och arbetar med effektiv ruttplanering.

FRAKTAR MEST VIA BÅT

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.

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.

RESULTERAT I LÄGRE UTSLÄPP

Våra ansträngningar har givit goda resultat. Under 2011/2012 stod sjötransporter för 96 procent av våra transporter från



producentländerna, räknat per tonkilometer. Det ska ställas i relation till att sjötransporterna endast svarade för 26 procent av de samlade koldioxidutsläppen i våra transporter. Näst intill det motsatta förhållandet fanns inom flygtransporterna, som svarade för 67 procent av utsläppen men endast stod för 1 procent av antalet tonkilometer.

Du kan läsa mer om Clean Shipping Project på CleanShippingProject.se.

POSITIVT UTLÅTANDE FRÅN SP

KappAhls årliga revision för miljöcertifiering genomförs av SP, Sveriges Tekniska Forskningsinstitut. Årets utlåtande vid certifieringen var positivt. Här följer deras uttalande i sin helhet.

”Företagets styrning och ledning av

miljöarbetet är föremål för utveckling och genomförande enligt delvis ny metodik.

Miljömålen har fastställts på övergripande nivå inom tre specificerade områden ”future (miljö), friendly (socialt) och fashion (produkt)”. Dessa mål ska brytas ner till detaljerad nivå inom respektive avdelning och kopplas till handlingsplaner.

Även miljöaspekterna har genomgått en grundlig granskning och värderats

enligt en ny metod.

Sammantaget upplevs det som att miljöarbetet har fått en ”nystart” med positiv effekt för engagemanget inom den certifierade delen av organisationen.

Det finns en god insikt om vikten av att integrera affärsarbetet med ledningssystemet och därmed utnyttja potentialen som ett enhetligt verksamhetssystem. Förutsättningarna för detta är dock

HÅLLBARA BUTIKER

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

VIKTEN MINSKAT MED 36 PROCENT
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 36 procent i genomsnitt 2010–2013.

SPARAR ENERGI I BUTIK

KappAhl arbetar målmedvetet för att minska energiåtgången i alla delar av verksamheten. Ett led i vårt energibesparingsarbete är att vi analyserar varje butiks möjlighet att effektivisera belysningen, något som kan bidra med stora besparingar både ekonomiskt och miljömässigt.

FÖRST MED MILJÖCERTIFIERING

KappAhl var den första modekedjan i världen att certifieras enligt miljöledningsstandard ISO 14001. Det skedde första gången redan 1999. Varje år sker en ny revision. ISO-certifieringen omfattar

70 PROCENT GRÖN EL I SVERIGE
I Sverige använder KappAhl ursprungsmärkt el från vattenkraftsanläggningar sedan 1999. Cirka 70 procent av elkonsumenterna i den svenska organisationen kommer från denna källa.

HÅLLBARA INKÖP

Varje år köper vi in stora mängder varor till våra 388 butiker. Det rör sig om allt från kassarullar till presentkartonger och kaffe. Av de tio produkter som vi köper in mest av, räknat i värde, är hela 70 procent tillverkade av återvunnet material, miljömärkta eller rättvisemärkta av Fairtrade.

ledning, varuflödesorganisation, administration och distribution samt butiksdrift i Sverige och Finland. Även i Norge sker certifiering av butiker utifrån nationellt vedertagen standard.

inte på plats fullt ut. Verktyg för att nå dit, kan vara att involvera hela organisationen i certifieringen och därmed erhålla ett samlat arbete för ytterligare förbättringar och engagemang. Att nå optimala samordningsvinster med koppling från affärsplan till målarbete underlättas av det helhetsgrepp som ett komplett verksamhets-system ger.

På huvudkontoret beskrevs och visades många goda exempel på genomförda och planerade miljöförbättringar.

Det konstateras att miljöarbetet bedrivs aktivt och seriöst i praktiken, förbättringspotentialen finns i systemets struktur och omfattning.

Vid revisionen noterades nio mindre avvikelser, varav ingen av allvarlig karaktär.”

PRISADE I DAVOS

I samband med World Economic Forum i Davos 2012 lyftes Cleaner Production fram som ett av de tre mest värdefulla projekten på forumet. Cleaner Production genomfördes 2011 och gick ut på att förbättra produktionsprocessen sett utifrån perspektiven vatten, kemikalier och energiförbrukning i Bangladesh.

Vid sidan om stora besparingar av vatten och energi, har leverantörernas investeringar givit en avkastning på 267 procent i snitt. Utöver KappAhl ingick fem modeföretag i projektet. Totalt omfattades tolv färgerier och tvätterier av studien.



CLOSE THE LOOP – ÅTERVINNING

Vi arbetar också aktivt för att finna lösningar för återvinning av textilier, bland annat i ett nätverk där de största svenska textilföretagen ingår. Tillsammans tittar vi på lösningar för att främja återanvändning och framförallt återvinning av textila fibrer.





”VI BYGGER LÅNGSIKTIGA RELATIONER”

Under begreppet Friendly samlar vi KappAhl's arbete med att bygga långsiktiga, goda relationer med alla de människor och med de samhällen som bidrar till vår verksamhet.

Genom hela kedjan arbetar vi på KappAhl för bättre förhållanden för alla de människor som bidrar till våra produkter. Genom att värna människors lika värde bygger vi långsiktiga och goda relationer.

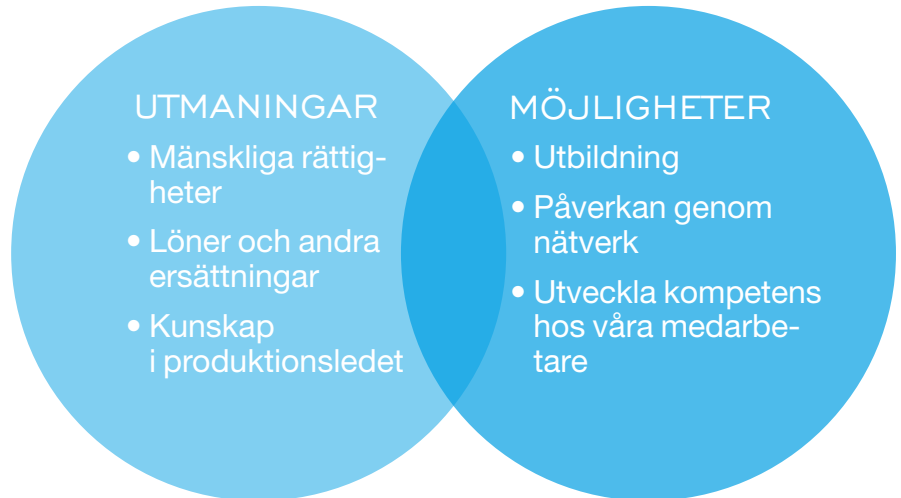
FÖRBÄTTRA ARBETSVILLKOREN

Vi har i många år arbetat med att förbättra arbetsvillkoren ute på de fabriker som producerar plagg och andra produkter åt oss. Vi kontrollerar löpande att alla våra leverantörer följer våra krav bland annat vad gäller hälsa, säkerhet, lön och andra ersättningar samt arbetstid och barnarbete.

BIDRAR PÅ FLER SÄTT

KappAhl bidrar också på andra sätt till de samhällen där vi finns. Vi stöder BRIS och liknande organisationer som arbetar för utsatta barn i de länder där vi har våra butiker. Vi är även måna om att ta ett ansvar för de värderingar som sprids via våra modebilder och att spegla den bild av mångfald som vi möter i våra butiker.

KappAhl har identifierat följande centrala utmaningar och möjligheter sett utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Vårt långsiktiga arbete syftar till att hantera dem på ett klokt och ansvarsfullt sätt.



VÅRA ÖVERGRIPANDE MÅL

FOKUSOMRÅDE	MÅL
Goda relationer	Vi ska vara öppna och transparenta med vårt hållbarhetsarbete, internt och externt
Arbetsplatsen	KappAhl ska vara en attraktiv arbetsgivare KappAhl ska bidra till utvecklingen av våra produktionspartners arbetsmiljö
Utbildning	Vi ska bidra till ett hållbarare samhälle genom utbildning och information



UPPFÖRANDEKODEN BIDRAR TILL BÄTTRE ARBETSVILLKOR

Vi är övertygade om att KappAhl har en viktig roll att spela i utvecklingen av ett hållbart samhälle, där mänskliga rättigheter respekteras. En viktig del av vårt ansvarstagande är den uppförandekod vi har för våra leverantörer.

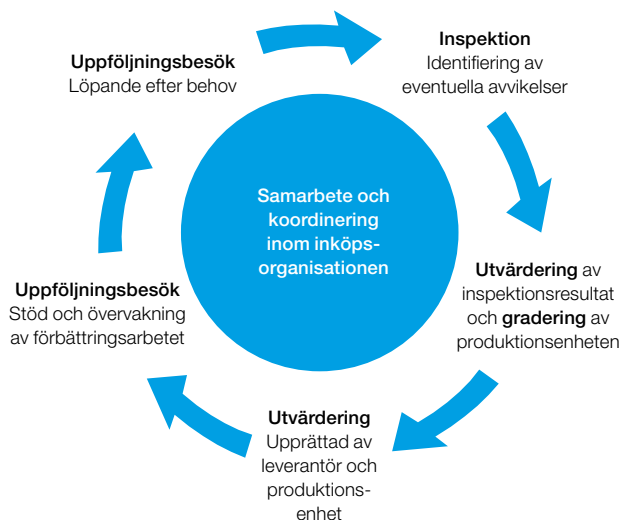
EN DEL AV RAMAVTALET MED LEVERANTÖRERNA

Koden är en del av vårt ramavtal med våra leverantörer och omfattar områden som tvångsarbete, barnarbete, förenings- och organisationsfrihet, löner och arbetstider samt säkerhet på arbetsplatsen.

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.

EN ARBETSPROCESS I FEM DELAR

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



INSPEKTIONER FÖR UTVÄRDERING AV PRODUKTIONSENHETER

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

ÅTGÄRDSPLAN FÖR KORRIGERING AV AVVIKELSER

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

UPPFÖLJNINGSBESÖK FÖR ATT ÖVERVAKA OCH STÖDJA ARBETET

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 för inspektioner, eftersom vi tror på värdet av samarbete med våra affärspartners och på att ha förstahandskunskap om deras verksamhet. På så sätt kan vi på ett tidigt stadium själva göra väl grundade bedömningar av leverantörens eller produktionsenhetens förmåga och vilja att genomföra löpande och hållbara förbättringar.

691 INSPEKTIONER OCH UPPFÖLJNINGSBESÖK

Från 1 september 2011 till 31 augusti 2012 genomförde vi 691 inspektioner och uppföljningsbesök hos våra leverantörer.

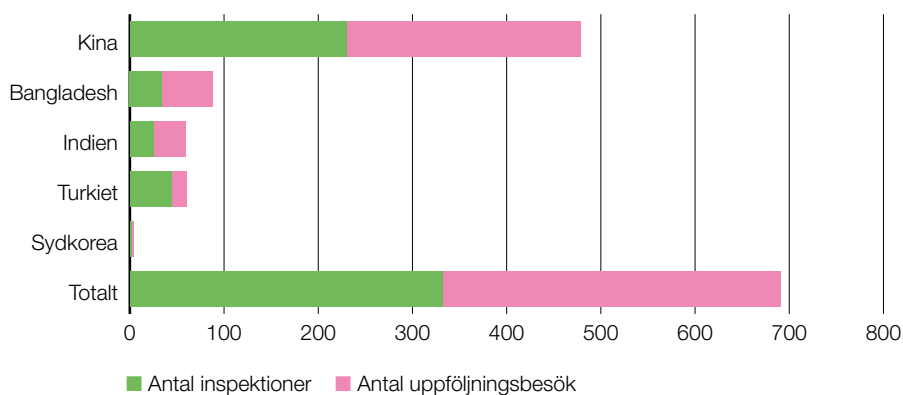
Landschefer och andra kollegor vid produktionskontoren, som har det dagliga ansvaret för affärsrelationen med leverantörerna, får löpande information om arbetet utifrån uppförandekoden.

Orderläggning begränsas eller stoppas om en leverantör inte samarbetar alternativt om en produktionsenhet inte lever upp till baskraven eller inte genomför utlovade förbättringar.

LEVERANTÖRERNA GRADERAS UTIFRÅN FYRA NIVÅER

Fullvärdig	Produktionsenheten uppfyller kraven i uppförandekoden.
Godkänd	Produktionsenheten uppfyller till merparten av kraven i uppförandekoden, men utrymme för förbättringar finns.
Temporärt godkänd	Produktionsenheten uppfyller baskraven. För fortsatt produktion för KappAhl måste betydande förbättringar genomföras och verifieras inom 12 månader.
Ej godkänd	Produktionsenheten uppfyller inte våra baskrav.

691 INSPEKTIONER OCH UPPFÖLJNINGSBESÖK





UTBILDNING FÖR KVINNOR I BANGLADESH

Sedan 2010 driver KappAhl ett träningscenter i Bangladesh. Här antas kvinnor mellan 18 och 40 år som kommer från fattiga förhållanden och saknar formell utbildning. Projektet drivs tillsammans med leverantörer och en lokal intresseorganisation.

Projektet innebär att kvinnorna får möjlighet till utbildning under tre månader. Själva utbildningen omfattar utbildning i rättigheter och skyldigheter kring kvinnors hälsa och säkerhet, vid sidan om reguljär sömnadskunskap.

HAR BLIVIT MYCKET POPULÄR

Projektet har varit lyckosamt. Samtliga kvinnor som ville har fått jobb efter utbildningen, något som har gjort den mycket populär bland kvinnor i Bangladesh. Samtidigt är det inte helt okontroversiellt att bidra till kvinnors utveckling på detta sätt. Vi har även stött på vissa bekymmer, som belyser kvinnors utsatta position i vissa delar av världen. Något vi vill bidra till att förändra genom att stödja dessa kvinnors individuella utveckling.



HÖG SÄKERHET HOS KAPPAHL

Hos oss går säkerhet, trygghet och lönsamhet hand i hand. Det är en av orsakerna bakom att vårt säkerhetsarbete prisats historiskt. 2010 fick vi priset årets säkerhetslösning vid Swedish Retail Awards.

HÖG BEREDSKAP I ORGANISATIONEN

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 2011/2012 har det inte skett några svårare olyckor,

skador eller incidenter med våra kunder och medarbetare, som krävt insatser av företagets kristeam.

SECURITY MANUAL SOM SKAPAR TRYGGHET

KappAhl ska vara en säker arbetsplats oavsett om du arbetar i en butik i Polen eller på vårt produktionskontor i Bangladesh. Det ska även vara tryggt att handla hos oss.

En viktig del i vårt säkerhetsarbete är vår Security Manual. Den fungerar som en handbok och ett stöd i det dagliga säkerhetsarbetet. Manualen är

koncernövergripande, men vissa saker lokalanpassas, främst av juridiska skäl.

SATSAR PÅ EGEN UTBILDNING

Ett viktigt led i säkerhetsarbetet är att medarbetarna är utbildade och informerade. 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.

BRA BETYG SOM ARBETSPLATS

På KappAhl finns det en mängd olika yrken och närmare 4 500 medarbetare på cirka 400 arbetsplatser i elva länder.

Det är viktigt för KappAhl att vara en attraktiv arbetsgivare. Hos oss ska alla ha lika möjligheter och samma förutsättningar, oavsett kön, ursprung, trosuppfattning, sexuell läggning eller handikapp. Genom systematiskt arbete med exempelvis säkerhet, arbetsmiljö och miljö går vi varje år igenom den totala situationen på arbetsplatsen.

BRA BETYG I MEDARBETAR-UNDERSÖKNINGEN

Vår årliga medarbetarenkät, KappAhl Attitude Survey (KAS), belyser medarbetarnas attityder kring företaget och sin

arbetsplats. Årets undersökning resulterade i fortsatt höga betyg till KappAhl som arbetsplats: 4,2 (4,2) av 5 i genomsnitt. Det är bättre än snittet i detaljhandeln som helhet, där siffran betyget uppgick till 3,7 enligt statistik från Mercuri International, som administrerar undersökningen. Undersökningen visar även att det finns en stolthet över att arbeta på företaget. Hela 97 (97) procent av medarbetarna svarar att de kan rekommendera KappAhl som arbetsgivare.

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. Sjukfrånvaron i koncernen som helhet uppgick till 5,7 (5,0) procent under 2011/2012.

JÄMSTÄLLDHET EN VIKTIG FRÅGA

Vi behöver mångfald bland medarbetarna när det gäller ålder, kön, språk, geografisk och religiös bakgrund, eftersom variation gör att vi undviker risken för att vi fastnar i invanda mönster. 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.

Koncernen	2011/2012	2010/2011
Genomsnittligt antal heltidstjänster (omräknat)	3 114	3 169
Totalt antal medarbetare	4 468	4 856
Andel kvinnor/män (%)	92,4/7,6	92,4/7,6
Genomsnittlig ålder	35,6	36,6
Personalomsättning (%)*	12,38	11,5
Sjukfrånvaro (%) (totalt/korttidssjuka/långtidssjuka)	5,7/2,6/3,1	5,0/2,6/2,4

MEDLEM I BSR

KappAhl är medlem i Business for Social Responsibility (BSR) sedan 2010. BSR är en global, ideell organisation vars övergripande ambition är att sträva efter hållbara förbättringar genom kunskapsöverföring till leverantörerna.

STOLTA ÖVER HÅLLBARHETSARBETET

Vid årets medarbetarundersökning, KappAhl Attitude Survey, framgår det att medarbetarna har ett stort förtroende för KappAhls hållbarhetsarbete. Medarbetarna ger företaget betyget 4,3 av 5 inom det området.

ÖKAD BRANDSÄKERHET I BANGLADESH

I februari 2011 inleddes ett samarbete med 18 andra företag ett projekt för att förbättra brandsäkerheten i klädindustrin i Bangladesh. En utbildningsmodul utvecklades i samarbete med stora arbetsgivarorganisationer. Vid utgången av 2013, förväntas närmare 3 miljoner människor i cirka 4 500 exporterande fabriker att ha

fått denna utbildning. Vår målsättning är att initiativet kommer att leda till ökad brandsäkerhet i hela Bangladesh klädindustri. Vår ambition är att genomföra ett program för fortsatta utbildningar om brandsäkerhet i våra leverantörers produktionsenheter även efter 2013.



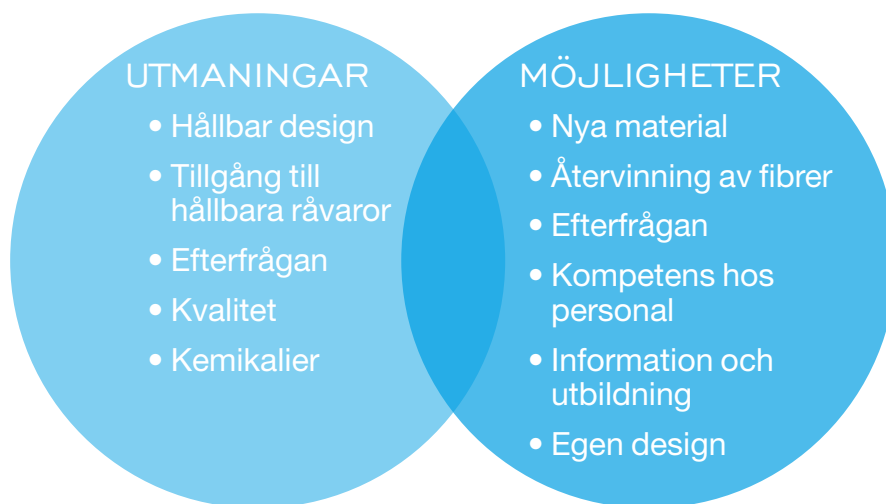
”PRISVÄRT MODE FÖR MÅNGA – PÅ ETT ANSVARSFULLT SÄTT”

Under begreppet Fashion samlar vi det KappAhl gör för att utveckla mode med bästa resursanvändning och med hållbara materialval. Allt för att det ska vara enkelt att handla mode producerat med omsorg.

Några exempel på våra insatser:

- Varje år säljer KappAhl över 11 000 000 plagg med certifierade miljömärkningar. Fler ska det bli.
- Alla våra plagg uppfyller stränga kemikaliekraV motsvarande minst europeiska och nationella lagkrav.
- Med kollektioner som Newbie, Kaxs och ”It’s all about being friendly” växer vårt sortiment av hållbart producerat mode varje år.
- Alla plagg designas av våra egna designers på vårt huvudkontor i Mölndal.

KappAhl har identifierat följande centrala utmaningar och möjligheter sett utifrån ett hållbarhetsperspektiv. Vårt långsiktiga arbete syftar till att hantera dem på ett klokt och ansvarsfullt sätt.



VÅRA ÖVERGRIPANDE MÅL

FOKUSOMRÅDE	MÅL
Kvalitet och Hållbar design	Säkerställa kvalitet och hållbarhet genom hela verksamheten från idé till färdig produkt
Råvaror	Öka andelen hållbara material i våra kollektioner

” 11 MILJONER MILJÖMÄRKTA PLAGG ”

Redan 1993 kunde våra kunder köpa miljömärkt mode hos oss. Idag är över 11 miljoner av våra plagg miljömärkta. Det motsvarar drygt 20 procent av alla våra varor.

MÅNGA OLIKA MÄRKNINGAR

Det finns ett flertal miljömärkningar för kläder. Bland de vanligast förekommande finns 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 och tryck gås igenom.

EU-blomman är en europeisk miljömärkning, som startades 2002. EU-blomman innebär en kontroll av hela kedjan från råvara till färdigt plagg. 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 som garanterar att den bomull man köper är ekologiskt odlad.

LIKA BRA SOM MILJÖMÄRKTA

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.



GUIDELINES TILL PRODUCENTERNA

Vi är måna om att de kläder vi säljer är så miljö- och människovänliga som möjligt. Vi ställer därför tydliga krav på våra leverantörer när det gäller bland annat kemikalier, både i själva plagget såväl som i tillverkningsfasen. Kraven med påföljande kontroller säkerställer även att barnsäkerhet och övriga fysiska kvalitetskrav efterlevs.

PRODUKTIONSMANUAL

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.

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.

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

NO RISK – RÄTT KEMI I PLAGGEN

Vi och andra företag som säljer varor har informationsplikt enligt EU-lagstiftningen för kemikalier, REACH. Det innebär att vi på KappAhl ansvarar för att informera våra kunder vid eventuell förekomst av farliga ämnen.

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

STICKPROVSKONTROLLER

För att säkerställa att våra kvalitetskrav följs, i enlighet med den test och produktionsguide som leverantörerna förbinder sig till, genomför vi regelbundna stickprovskontroller. Det sker utifrån KappAhls egna program för att kartlägga och kontrollera kemikalierna i våra produkter, No Risk.

TVÅ–TRE ÄMNER ÅT GÅNGEN

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. Alla tester görs på krediterade laboratorier nominerade av KappAhl.

2 500 TESTER HAR GENOMFÖRTS

Totalt har vi genomfört över 2 500 tester. Av dessa var 93 procent 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.



HJÄLPER KUNDERNA MED HÅLLBARHET

Utöver att vi arbetar systematiskt med hållbarhetsfrågor genom hela produktionsflödet tipsar vi kunderna om hur de kan bidra genom att ta hand om sina kläder på bästa sätt. I vår klädvårdshandbok "Tvätta rätt!" hittar de enkla tips för klädvård och tvätt som skonar både miljö, plagg och plånbok.



”IT’S ALL ABOUT BEING FRIENDLY”

Att hjälpa kunderna till att öka andelen medvetna val kring hållbart mode är en av modekedjans prioriterade aktiviteter inom hållbarhet framgent. Lanseringen av damkollektionen ”It’s all about being friendly” 2011/2012 är ytterligare ett steg i denna riktning. Sedan tidigare erbjuder vi bland annat babykollektionen Newbie, vars bomull är helt ekologisk.

”It’s all about being friendly” står för ett enkelt och tidlöst mode som präglas av en naturlig känsla. Den består av klassiska plagg i ekologisk bomull, återvunnen bomull och vegetabiliskt garvat läder bland annat.

Vi vill att våra kunder ska få fler snygga, hållbara kläder, som är gjorda med omsorg, i sina garderober. Därför har vi tagit fram den här kollektionen, där vi använder underfundiga och personliga texter för att förstärka budskapet kring de miljövänliga plaggen.

KAPPAHL PRISAT FÖR HÖG KVALITET

Under 2011/2012 har KappAhl uppmärksammats vid ett flertal tillfällen för sin höga kvalitet på barnkläder. Hösten 2012 fick exempelvis vårt Kaxs-regnställ för barn toppbetyg i Råd & Röns test av regnställ. Med totalbetyget 76 av 100 möjliga placerade sig vårt regnställ i topp.

TOPPBETYG ÄVEN AV TESTFAKTA

I Testfaktas stora test av regnkläder för barn våren 2012 fick KappAhl's 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.



REKLAMATIONERNA UPPGÅR TILL ENDAST 2 PROMILLE

Vi gör noggranna kontroller i produktionen för att upptäcka eventuella produktionsfel så tidigt som möjligt i processen. Kontrollerna görs både av våra egna 34 quality controllers och av externa oberoende laboratorier, och det sker i flera steg. Antalet kvalitetskontroller per fabrik beror på hur stora order vi lägger hos dem.

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.



DELTAR I FLERA FORUM

KappAhl 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 produkterna. Här följer några av de forum vi deltar i: Kemikaliegruppen på Swerea IVF, där vi håller oss uppdaterade inom EU-direktiv, REACH och andra kemikaliefrågor. Vi är medlem i Textilimportörerna och medverkar i svenska standardiseringsarbetet inom SIS – bland annat inom gruppen för kemi och den för barnsäkerhet. På sid 26–27 kan du läsa mer våra engagemang och samarbeten.

”ENGAGEMANG 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. Här följer några av de engagemang vi har för närvarande:

BETTER COTTON INITIATIVE, BCI

BCI arbetar via utbildning och information för att lära bomullsodlare att använda mindre vatten, mindre kemikalier och mindre bekämpningsmedel än i den konventionella bomullsodlingen. www.bettercotton.com/

BUSINESS FOR SOCIAL RESPONSIBILITY, BSR

BSR är en global ideell organisation som bidrar med kompetens och hjälper medlemsföretagen att göra goda affärer med respekt för etiska värderingar, enskilda individer, samhället i stort samt miljön. www.bsr.org

CLEAN SHIPPING INDEX

Clean Shipping Index är en medlemsdriven organisation med ett unikt online-verktyg som hjälper lastägare att göra hållbara val av fraktleverantörer. www.cleanshippingproject.se/

CLEANER PRODUCTION

Cleaner production är ett projekt som drivs tillsammans med IFC och andra textilföretag att tillsammans driva ett projekt för att effektivisera produktionen och minska åtgång av vatten, energi och kemikalier. Projektet har varit en framgång och resulterat i både ekonomisk vinning och miljöbesparingar 2013 planeras en uppgradering av projektet.

HANDELSHÖGSKOLAN VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

KappAhl är partnerföretag till Handelshögskolan vid Göteborgs universitet och deltar bland annat i Executive Faculty, ett program för kompetensutbyte och kompetensutveckling. Samarbetet 2012/2013 har hållbarhetsfokus. www.handels.gu.se/

HÅLLBART ODLAD BOMULL

Hållbart odlad bomull är ett projekt kopplat till engagemanget i BCI. För att påskynda tillgången till hållbart odlad bomull driver vi tillsammans med branschkollegor ett projekt där vi utbildar bomullsodlare i Indien att odla bomull med större fokus på hälsa och miljö.

NÄRINGSLIVETS

MILJÖCHEFER, NMC

NMC är en ideell förening som för branschöverskridande erfarenhetsutbyte och kompetensutveckling inom miljö och hållbar utveckling. www.nmc.a.se/se.html

NÄTVERKET FÖR TRANSPORTER

OCH MILJÖN, NTM

NTM tillhandahåller en metod för beräkning av gods- och persontransporters emissioner, användning av naturresurser och andra externa effekter. Metoden riktar sig framförallt till köpare och säljare av transporter för bedömning av miljöpåverkan från utförda transporter. www.ntmcalc.se/index.html

SWEDEN TEXTILE WATER INITIATIVE, STWI

KappAhl är en av 35 medlemmar. Syftet är att ta fram gemensamma riktlinjer gällande vattenförbrukning, vattenrening, kemikalier, avfallshantering och hur man kan påverka lagar och regeringar

i vattenfrågor i de länder där vi köper produktion.

www.swedishwaterhouse.se/en/STWI/

TEXTILES 4 RECYCLING INITIATIVE, T4RI

T4RI är ett gemensamt branschinitiativ för att skapa förutsättningar för textilåtervinning.

THE SUSTAINABLE FASHION ACADEMY, SFA

SFA är en organisation som utbildar och rådgör företag och organisationer med syftet att utveckla hållbar design och produktutveckling inom mode-, textil- och skobranschen. www.sustainablefashionacademy.org

GO RED

Hjärt-Lungfondens projekt Go Red arbetar för att halvera antalet kvinnor i Sverige som dör i akut hjärtinfarkt. KappAhl bidrar aktivt för att sprida kunskap och att generera intäkter, genom att sälja Go Red-produkter i butik. www.hjart-lungfonden.se/kvinna

HUNGERPROJEKTET

KappAhl sponsrar organisationen Hungerprojektet vars mål är att minska hungern i världen genom att hjälpa utsatta människor i utvecklingsländer att själva förbättra sin situation. www.hungerprojektet.se

MAJBLOMMAN

KappAhl stödjer Majblomman i att bekämpa barnfattigdomen i Sverige. www.majblomman.se

STÖD TILL FÖRENINGAR SOM ARBETAR FÖR UTSATTA BARN

KappAhl stöder systerorganisationerna BRIS (Sverige), Kors på halsen (Norge),

Mannerheimförbundet (Finland), Nobodys Children Foundation (Polen) och Linka Bezpeci (Tjeckien) som arbetar för utsatta barn i de länder där vi har våra butiker.

www.bris.se, www.korspahalsen.no,
www.mll.fi, www.fdn.pl,
www.linkabezpeci.cz

VIKTIGT MED LOKALT STÖD

Det är viktigt för oss att ge lokalt stöd. KappAhl är företagsprenumerant på Faktum, de hemlösas tidning. Våra butiker och landskontor skänker överblivna kläder till lokala hjälporganisationer. I Sverige går det mesta till Erikshjälpen och Stadsmissionen. Vi genomför även riktat stöd till organisationer och projekt i våra produktionsländer.

VÅRA POLICIES

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.

DEFINITIONER

CERTIFIERING

Granskning gjord av tredje part. Ett certifikat är ett dokument som visar att villkoren för certifiering är uppfyllda.

EU-BLOMMAN

EU-blomman är en europeisk miljömärkning, som startades 2002. EU-blomman innebär en kontroll av hela kedjan från råvara till färdigt plagg.

INTRESSENT

Individer eller grupper som har intressen i ett företag eller en organisation.

ISO 14001

En internationell standard för miljöstyrning som tagits fram av ISO. Viktiga principer i ISO 14001 är regelbundna miljörevisioner och krav på ständiga förbättringar.

KAPPAHL ATTITUDE SURVEY

Årlig attitydundersökning bland KappAhls medarbetare.

EKOLOGISK BOMULL

Bomull som har odlats utan användning av farliga kemikalier, kemiska bekämpningsmedel eller konstgödsel.

PRODUCTION ASSURANCE INSTRUCTION

En produktionsmanual som KappAhls producenter förbinder sig att följa.

QUALITY CONTROLLER

En tjänst med ansvar för att styra och kontrollera kvalitetsarbetet.

REACH

En EU-lag som kräver tester av de kemikalier som används inom unionen.

SECURITY MANUAL

En säkerhetshandbok för KappAhls medarbetare.

TEST AND MANUFACTURING GUIDE

En produktionsmanual som KappAhls producenter förbinder sig att följa.

VÄRDEKEDJA

Värdekedjan delar upp en organisations processer i olika värdeskapande aktiviteter.

WORLD ECONOMIC FORUM

World Economic Forum är mest känd för den årliga konferens i Davos i Schweiz som samlar några av världens mäktigaste beslutsfattare inom politik och näringsliv.

ÖKO-TEX STANDARD 100

Den ledande miljömärkningen för textilier som testats för skadliga ämnen. Här testas hela plagget – allt från sytråd, etiketter, brodyr och tryck gås igenom.

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 av Elenor Loyd, miljöchef och Eva Kindgren, chef för kvalitet och CSR i produktionen. De nås via fff@kappahl.com.

Vi kommenterar löpande vårt arbete och aktuella händelser på Twitter, där vi finns på adressen [@FFFbyKappAhl](https://twitter.com/FFFbyKappAhl) samt på vår företagsblogg, www.kappahlblog.com. Du kan även följa oss på Facebook, ww.facebook.com/KappAhl.

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



FUTURE
FRIENDLY
FASHION
BY
KappAhl

www.kappahl.com