

A photograph of a person from the waist down, wearing a long, flowing white dress with a subtle floral pattern. They are walking barefoot on a sandy beach. In their left hand, they hold a large, light-brown straw hat. The background shows a vast, flat expanse of sand under a bright, clear sky. The overall mood is serene and natural.

# VOICE

Bærekraftsrapport 2023

We are the VOICE, not the echo!

# Innhold

Ord fra administrerende direktør – Johnny Ottesen	4	<i>Rekruttering</i>	40	<i>Plantefibre</i>	122	Sirkulære løsninger	180
Ord fra bærekraftsleder – Jan Thomas Hagen	8	<i>Retningslinjer, personvern og arbeidsavtale</i>	40	<i>Regenererte fibre</i>	124	<i>Hva er sirkularitet?</i>	181
Introduksjon	10	<i>Kurs, opplæring og medarbeidernes utvikling</i>	42	<i>Dyrefibre og -materialer</i>	125	<i>Sirkularitet i VOICE</i>	182
Om VOICE	12	Organisering, ledelse og styring	44	<i>Syntetiske fibre</i>	127	Organisatoriske målområder	184
<i>Vår historie</i>	13	<i>Virksomhetsstruktur</i>	44	<i>Dyrevelferd</i>	130	<i>Kompetansebygging</i>	184
<i>Våre butikker og merkevarer</i>	16	<i>Styring og ledelse</i>	44	<i>Kjemikalier</i>	132	<i>Markedsføring</i>	185
<i>Match</i>	18	<i>Ledergruppe</i>	46	<i>Emballasje og merkelapper</i>	135	<i>Produktdesign</i>	188
<i>VIC</i>	19	<i>Bærekraftsavdeling</i>	48	<i>Avfall</i>	137	<i>Åpenhet og kommunikasjon</i>	189
<i>Boys of Europe</i>	20	Vår verdikjede	54	Redusert klima- og miljøpåvirkning	144	<i>Intern bærekraftskommunikasjon</i>	190
<i>Merkevarer</i>	21	Interessenter og vesentlighetsanalyse	56	<i>Natur</i>	144	<i>Offentlig bærekraftskommunikasjon</i>	192
VOICE som arbeidsplass	24	<i>Interessenter</i>	57	<i>Klimautslipp</i>	148	Bærekraftsmål med særlig relevans for VOICE	194
<i>Vår kultur</i>	24	<i>Vesentlighet</i>	60	<i>VOICE klimareise</i>	149	<i>Ansvarlig produksjon og merkevarebygging</i>	195
<i>Våre ansatte</i>	30	Bærekraft i VOICE	62	<i>Grønn sosial dialog og likestillingsprosjekt</i>		<i>Redusert klima- og miljøpåvirkning</i>	195
<i>Hovedkontor Sagene</i>	30	<i>VOICE bærekraftstrategi</i>	64	<i>i Bangladesh</i>	150	<i>Sirkulære løsninger</i>	195
<i>Sentrallager Tuen</i>	30	<i>Strategipilarer</i>	66	<i>Klimaregnskap</i>	152	<i>Tidslinje bransjesamarbeid</i>	196
<i>Våre butikker</i>	30	<i>Tematiske målområder</i>	70	<i>Scopes</i>	154	Retningslinjer og andre relevante	
VOICE som arbeidsgiver	32	<i>Organisatoriske målområder</i>	71	<i>Våre utslipp</i>	157	styringsdokumenter	200
<i>Likestilling og diskriminering</i>	33	Ansvarlig produksjon og merkevare	72	<i>Våre klimamål</i>	164	Rapporteringsdetaljer og metodologi	200
<i>VOICE medarbeiderundersøkelse</i>	34	<i>Sporbarhet</i>	72	<i>Våre tiltak</i>	166	Vedlegg	204
<i>Varslingsrutiner – retningslinjer og rutiner</i>		<i>Sporbare fibre</i>	74	<i>Partnerskap og samarbeid</i>	174	<i>Tabell om ansatte</i>	207
<i>for håndtering</i>	35	<i>Sporbar klesproduksjon</i>	74	<i>Miljøfyrtårn</i>	175	<i>Tabell om kurs og opplæring</i>	216
<i>Arbeidstid og lønn</i>	36	<i>Sosiale forhold</i>	76	<i>STICA</i>	175	<i>GRI Index</i>	220
<i>Tariffavtaler, fagforeninger og</i>		<i>Arbeidsforhold</i>	77	<i>Amfori Bepi</i>	175		
<i>ansatte representanter</i>	38	<i>Innkjøpspraksis</i>	110	<i>Textile exchange</i>	176		
<i>HMS</i>	38	<i>Materialer</i>	114	<i>Vann</i>	178		

## Ord fra administrerende direktør – Johnny Ottesen

Klimaendringer er vår tids største utfordring. Klesindustrien har et stort klimaavtrykk, og virksomheter i klesbransjen har derfor et særlig ansvar for å redusere sitt miljø- og klimaavtrykk. Det er et ansvar vi tar på største alvor i VOICE.

2023 har vært et svært betydningsfullt år for VOICE i vårt arbeid med bærekraft. Vi besluttet, og kommuniserte til alle medarbeidere, at vi skal styrke bærekraftsarbeidet vårt, og at VOICE sin hovedprioritet er å redusere utslipp og utvikle mer bærekraftige produkter. Vi anerkjenner at arbeidet med å redusere klimautslippene vil påvirke vår forretningsmodell og stille store krav til innovasjon og nytenkning. Derfor er vi ekstra glade for å kunne presentere dette arbeidet i denne bærekraftsrapporten. Rapporten du nå holder i hendene tar for seg bredden av bærekraftsarbeidet vårt, med utgangspunkt i temaene som er identifisert gjennom vår vesentlighetsanalyse. Dette er et arbeid vi er veldig stolte av!

Samtidig anerkjenner vi at det fortsatt er mye igjen å gjøre, og at arbeidet tidvis er krevende. All klesproduksjon kommer med et klima- og

miljøutslipp, og det er dessverre ikke noe som vil endres over natten. Arbeidet med utslippsreduksjon er møysommelig, og krever at vi måler, identifiserer de største utslippsområdene, setter mål og iverksetter tiltak. I tillegg utgjør andre indirekte utslipp (scope 3) – over 99 % av utslippene i vårt klimaregnskap. Det betyr ikke at vi er uten ansvar, men innebærer at vår viktigste rolle for å redusere utslipp er å jobbe med våre leverandører og samarbeidspartnere i verdikjeden for klær for å redusere utslippene i produksjonen av klærne våre, og transporten av disse til våre kunder.

I 2023 er dette arbeidet satt ytterligere i system. Vi utarbeidet et baseline klimaregnskap (2021), og satte mål for vårt arbeid med utslippsreduksjon. Vi har også utarbeidet klimaregnskap for 2022 og 2023. Fra 2022 til 2023 har vi redusert vårt totale klimautslipp med 2,3 %. Vi har etablert en klimastrategi som setter tydelige mål og tar for seg hvordan vi skal jobbe for å realisere disse målene. Det viktigste – og vanskeligste – målet i vår klimastrategi er å redusere utslippsintensiteten med 55 % frem mot 2030. De viktigste tiltakene for å realisere dette



er vårt arbeid med å ta gode materialvalg, og å bidra til energiomstilling og -effektivisering hos våre produsenter og materialleverandører. Dette er et omfattende arbeid som vil kreve strategisk innsats i hele perioden frem mot 2030. Noen viktige steg på veien er allerede tatt. Vi har i 2023 besluttet å forby varetransport med fly. Vi har endret fibersammensetningen i våre plagg. Andelen foretrukne fiber utgjorde i 2023 hele 81 %. Vi har også fått gjennomført flere piloter: Blant annet har vi samarbeidet med Sisters in Business på Slemmestad om å reparere et vareparti med shortser som dessverre hadde en produksjonsfeil. Disse varene kommer i butikk i løpet av 2024.

VOICE er et norsk selskap som designer og selger klær. Mer enn 90 % av varene som selges i våre butikker lager vi selv under egne merkevarenavn. I VOICE har vi et uttalt mål om å lage merkevarer og klær folk blir glad i og bruker lenge. VOICE skal tilby komfortable kvalitetsklær som blir likt av mange, har lang levetid og et uttrykk som gjør at plaggene blir brukt lenge. Dette er viktig i et bærekraftsperspektiv, og vi

tror stadig flere verdsetter slike merkevarer heller enn 'fast fashion'. Å levere på dette er blant de viktigste bidragene våre til en mer bærekraftig klesbransje, og står helt sentralt i vår bærekraftstrategi.

Bærekraft er et fagområde som krever stadig større kompetanse og kapasitet. I 2023 har vi blant annet ansatt to nye bærekraftsrådgivere i VOICE. Samtidig er bærekraft alles ansvar i VOICE. Det innebærer at bærekraft og ansvarlighet skal være en sentral del av kulturen vår, og noe som preger alle ansattes arbeidsdag. For å understreke dette har bærekraft også vært sentralt i samlinger og internkommunikasjon i 2023. VOICE sin klimastrategi ble presentert på vår Kick Off-samling i mai med 350 deltakere – fra øverste ledelse til butikkledere fra hele VOICE. Det er også etablert et nytt bærekraftsnettverk som hadde sin første samling i oktober, med 28 medlemmer fra alle deler av organisasjonen. Målet med nettverket er å skape engasjement for bærekraftsarbeidet, og drive kompetanse- og prosjektutvikling som skal bidra til å realisere målene i vår bærekraftsstrategi.

Selv om klima- og miljøarbeidet har vært hovedprioritet, har vi i 2023 ytterligere styrket vårt arbeid med å sikre menneskerettigheter og sosiale forhold i produksjonen av produktene våre. Vi har i løpet av året revidert våre interne retningslinjer for ansvarlig forretningspraksis, og våre etiske retningslinjer og krav til våre leverandører og samarbeidspartnere. Vi har signert nye sikkerhetsavtaler for Bangladesh og Pakistan gjennom Accord. Vi har signert Accord-avtalen som sikrer trygge arbeidsforhold for tekstilarbeidere i Bangladesh og Pakistan. Vi har i tillegg prioritert å gjennomføre flere reiser for å besøke våre leverandører og produsenter. Blant annet ble alle fabrikker som produserer varer for VOICE i Bangladesh besøkt i januar, og en større runde med fabrikkbesøk i Kina gjennomført i oktober. Dette er besøk som kommer i tillegg til de uavhengige sosiale inspeksjonene som VOICE krever av alle som skal produsere varer for oss. Besøkene er viktige for å skape gode relasjoner til våre produksjonspartnere, og selv også vurdere forholdene ved alle fabrikker vi benytter oss av.

Vi er stolte av vårt arbeid med samfunnsansvar og bærekraft i 2023, og håper du vil ha glede av å lese mer om alt vi gjør på bærekraft i denne rapporten. Vårt arbeid med å utvikle mer ansvarlige og bærekraftige produkter, verdikjeder og forretningsdrift vil fortsette med uforminsket styrke i årene som kommer.



Johnny Ottesen



# Ord fra bærekraftsleder – Jan Thomas Hagen

Velkommen til VOICE sin første bærekraftsrapport! Selv om bærekraftsarbeidet har lang tradisjon og historie i VOICE er rapporten du sitter med i hendene (eller på skjermen) den første omfattende rapporteringen på arbeidet vårt. Vi er veldig glade for å gjennom rapporten kunne vise frem enda mer av alt det vi gjør på bærekraftsområdet – forhåpentligvis på en (relativt) tilgjengelig og forståelig måte.

VOICE sin ambisjon er både å 'bidra til en mer bærekraftig verden' og å 'være best der det teller mest på bærekraft'. Det er ikke små ord – og det forplikter. Som leser lur du kanskje på hvordan vi tenker å få til det gjennom å selge klær. Og det er et godt spørsmål.

For det er store utfordringer i den globale verdikjeden for klær – og vi er en del av den. Sentralt i arbeidet vårt med bærekraft i VOICE står anerkjennelsen av at det fortsatt ikke er mulig å lage 'det bærekraftige klesplagget' i 2023. All klesproduksjon har et miljøavtrykk. Råvaredyrking og industrielle prosesser for tekstilproduksjon og behandling krever energi og kommer med utslipp. Mye av tekstilproduksjonen er i dag i Asia, hvor det er andre standarder når det gjelder anstendige arbeidsforhold, korrupsjon med mer. Det skal likevel ikke hindre oss i å forbedre produksjonen av våre produkter!



Bare gjennom å ta tak i utfordringene som ligger foran oss kan vi lykkes. Og selv om det er mange utfordringer, skjer det utrolig mye positiv utvikling i klesbransjen. Som aktør har vi mulighet til å påvirke våre leverandører, kunder og andre interessenter til å ta bedre valg for en mer bærekraftig klesbransje og -produksjon i fremtiden. Samtidig må utviklingen i bransjen være kunnskapsdrevet.

Det er mange antakelser og fordommer om global klesproduksjon. Skal vi lykkes med å være best der det teller mest må vi være kunnskapsbaserte og datadrevne. For når produksjonen av klærne vi selger fortrinnsvis skjer i Asia har det

sammenheng med at det er der kompetansen og kapasiteten finnes til å lage klesplagg med den kvaliteten, uttrykket og tilgjengeligheten for prisen som i dag er forventet. Det betyr samtidig at vi har et ekstra ansvar til å følge opp, og jobbe langsiktig med våre leverandører for å sikre gode arbeidsforhold, og for å redusere miljøavtrykket på hvert enkelt produkt. Hvordan vi gjør dette kan du lese mer om i denne rapporten.

Vi er også overbevist om at det fortsatt vil være behov for nye klær – selv om ombrukmarkedet øker, og EU har pekt på ombruk som et satsingsområde i sin tekstilstrategi. Vårt ansvar er samtidig å lage klær som har god kvalitet og kan brukes lenge. Det handler blant annet om slitestyrke, men vel så viktig er design, uttrykk og passform. Samtidig benytter vi stadig mer resirkulerte fibre i klærne vi lager. Dette er med på å redusere ressursbehovet av jomfruelig materialer og utslippene fra produksjonen. Men resirkulerte fibre er fortsatt under utvikling og forbedring, og kan skape kvalitetsutfordringer. Dette er bare ett eksempel på at arbeidet med bærekraft er fullt av avveininger og motsetninger, og det er mye vi ikke ennå har svaret på. Vi må undersøke, teste og lære, samarbeide med våre venner (og konkurrenter) i bransjen, følge med og bidra til forskning og politikkutvikling med utgangspunkt i erfaringene våre.

Å være best der det teller mest innebærer også at tiltakene våre skal være faglig basert og kunne gjennomføres i bredden av virksomheten vår. Det betyr at vi er mer opptatt av å gjennomføre tiltak med stor effekt på tvers av alle våre produkter og merkevarer, fremfor tiltak som gir veldig stor

effekt på ett produkt (og som kanskje gir et bedre grunnlag for en god markedsføringshistorie). Vi er veldig restriktive med å snakke om bærekraft i markedsføringsammenheng – fordi vi er vare for grønnvasking – som noen ganger er en utfordring. For vi har mye vi er stolte av, og som vi gjerne skulle fortalt mer om. Forbrukerkommunikasjon ser vi som et potensiale vi skal gripe tak i fremover.

Det å jobbe faglig og bredt har også sine utfordringer. Kanskje kan prioriteringene våre noen ganger se litt snodige ut. Og kanskje er det ikke så sexy å lese at 'vi må gjøre det ene før vi kan gjøre det andre'. Men det er det viktig for oss å være åpne og ærlige om utfordringene vi står overfor i vårt arbeid med bærekraft, men det er også viktig at vi er åpne om det vi foreløpig ikke gjør, og hvorfor. Om prioriteringene våre – for vi kan dessverre ikke løse alt på en gang. Bærekraftsomstillingen er en maraton.

Og skal man løpe maraton må man trene. Hvordan vi trener og jobber for å gi vårt bidrag til en mer bærekraftig verden og klesbransje kan du lese om i denne rapporten. Og ja, den er litt lang ... (men det er også en maraton).

Skulle du lure på noe mer etter å ha lest denne rapporten, eller ønske å komme med innspill til arbeidet vårt må du gjerne sende oss en e-post på [barekraft@voice.no](mailto:barekraft@voice.no).

God lesning!

# Introduksjon

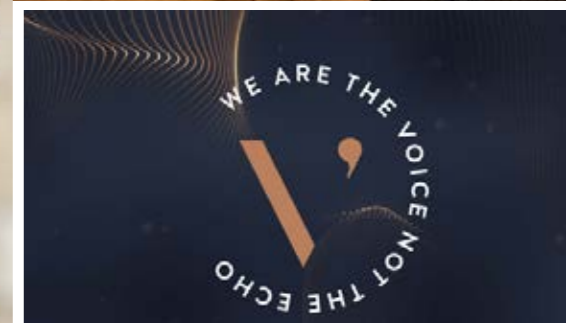
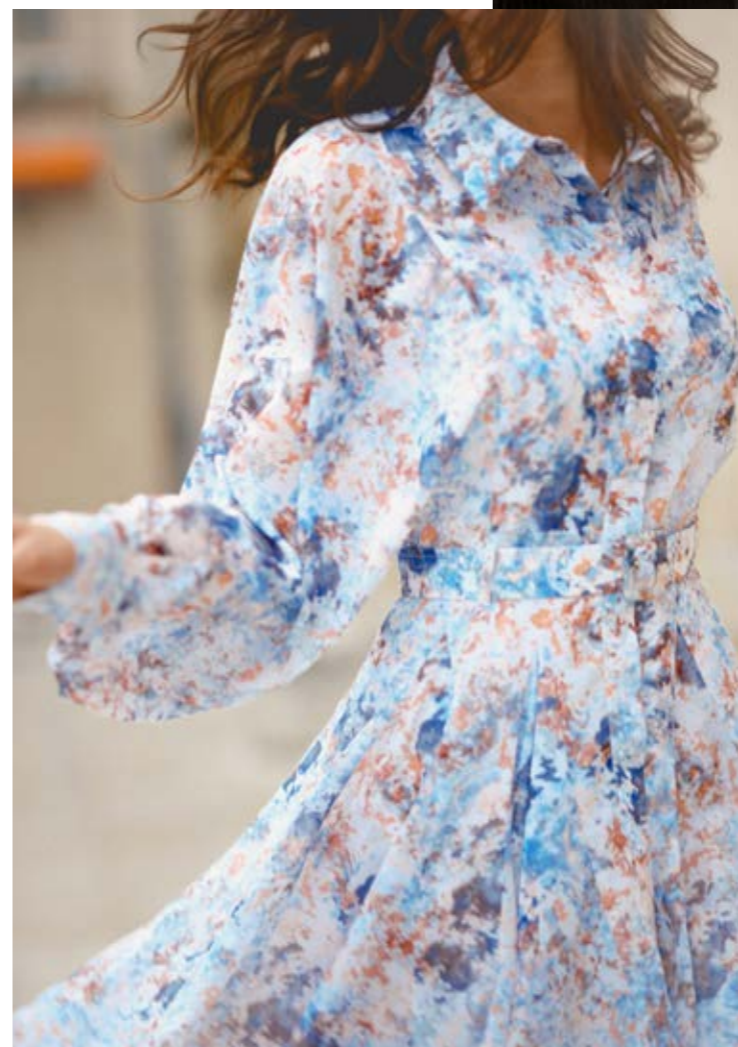
Langs Akerselvas bredder, og tett på beliggenheten til de historiske tekstilfabrikkene, utvikler VOICE merkevarer og klær av høy kvalitet, for lang varighet og komfort, som gir kundene verdi for pengene. Vi er stolte av vår brede portefølje av merkevarer, som er skapt for å tilfredsstille ulike kundebehov.

Som selskap søker vi å bidra til en mer bærekraftig klesbransje ved å produsere kvalitetsklær med lang holdbarhet, på en ansvarlig måte, heller enn 'fast fashion'. VOICE ønsker å innta en aktiv posisjon i den offentlige samtale om hvordan en mer bærekraftig klesbransje ser ut i fremtiden.

VOICE sine tre kjedekonsepter - Match, VIC og Boys of Europe, lever for å skape enestående kundeopplevelser. Våre kjedekonsepter er egneide, og butikkene er egedriftet. De drives med engasjement og dedikasjon for å sikre at kundene føler seg velkomne og verdsatt. I våre butikker møter kundene ansatte som bistår dem med å finne klær som er riktig for hver enkelt.

Vi er stolte av å ha en integrert verdikjede for design, produksjon, detaljhandel og salg av våre merkevarer. Dette gir oss kontroll over utviklingen og forvaltningen av våre produkter, og tilrettelegger for ansvarlighet i produksjon, transport og salg fra start til slutt. Vi produserer våre klær i tett samarbeid med internasjonale leverandører, som deler våre verdier og engasjement for ansvarlig forretningsdrift.

Denne rapporten er en dokumentasjon av vår reise mot en mer bærekraftig fremtid. Vi ønsker med dette å være ærlige og åpne om våre innsatsområder, våre resultater og våre mål. I VOICE tror vi at det er mulig å være både moteriktig og ansvarlig, og vi forplikter oss til å vise vei mot denne visjonen. Sammen med våre interessenter, herunder leverandører, kunder, ansatte, og flere fortsetter vi arbeidet – for klær, for mennesker og for planeten vår.





# Om VOICE

Voice Norge AS er et heleid norsk selskap som designer og selger klær, og et ledende selskap innen norsk mote og tekstilhandel. Gjennom våre tre kjedekonsepser og 13 merkevarer tilbyr vi en bred portefølje av klær og tilbehør for ulike kundebehov. Felles for alle er fokuset på kvalitet, varighet, komfort og verdi for pengene. Alle våre kjedekonsepser drives med egneide butikker som lever for å skape unike kundeopplevelser.

VOICE har fokus på å skape sterke merkevarer og vinnende kommersielle produkter. Vi designer, utvikler og produserer alle våre kolleksjoner i tett samarbeid med våre leverandører i Asia og Europa. Produksjonen skjer med kontinuerlig samarbeid for en mer ansvarlig og bærekraftig verdikjede for klær. Vi selger også våre merkevarer som grossist til utvalgte eksterne butikker. VOICE har en integrert verdikjede for utvikling, forvaltning, distribusjon og salg av alle våre merkevarer. Voice Norge AS er et heleid datterselskap av O.N. Sunde AS<sup>1</sup> og omsatte i 2023 for 2 120,9 mill. kroner.

VOICE sin verdiskapning stammer fra en helhetlig tilnærming til produktutvikling, sourcing og produksjon av våre egne merkevarer, samt

en strømlinjeformet logistikk og kjededrift. Dette sikrer en jevn vareflyt fra produksjon til kundene. Vi driver vår egen detaljhandel på en måte som møter våre kunder sine ønsker og behov, der vår verdiskapningsstrategi er dypt forankret i målet om å levere enestående kundeopplevelser.



<sup>1</sup> Voice Norge AS har rapportert i samsvar med GRI-standardene for perioden 1. januar 2023 til 31. desember 2023. GRI 1: Foundation 2021. Gjeldende GRI Sektorspesifikke Standarder, er foreløpig ikke tilgjengelige.

## DRIFTSINNTEKTER

2022

**2 069**  
MILLIONER KRONER

→  
+ 3,2 %

2023

**2 135**  
MILLIONER KRONER

ØKNING  
TEKSTILMARKEDET + 3,6 %  
2023

BOYS OF EUROPE + 2,8 %  
MATCH + 2,2 %  
VIC + 15,4 %

EBITDA 2022 **519 MILLIONER KRONER**

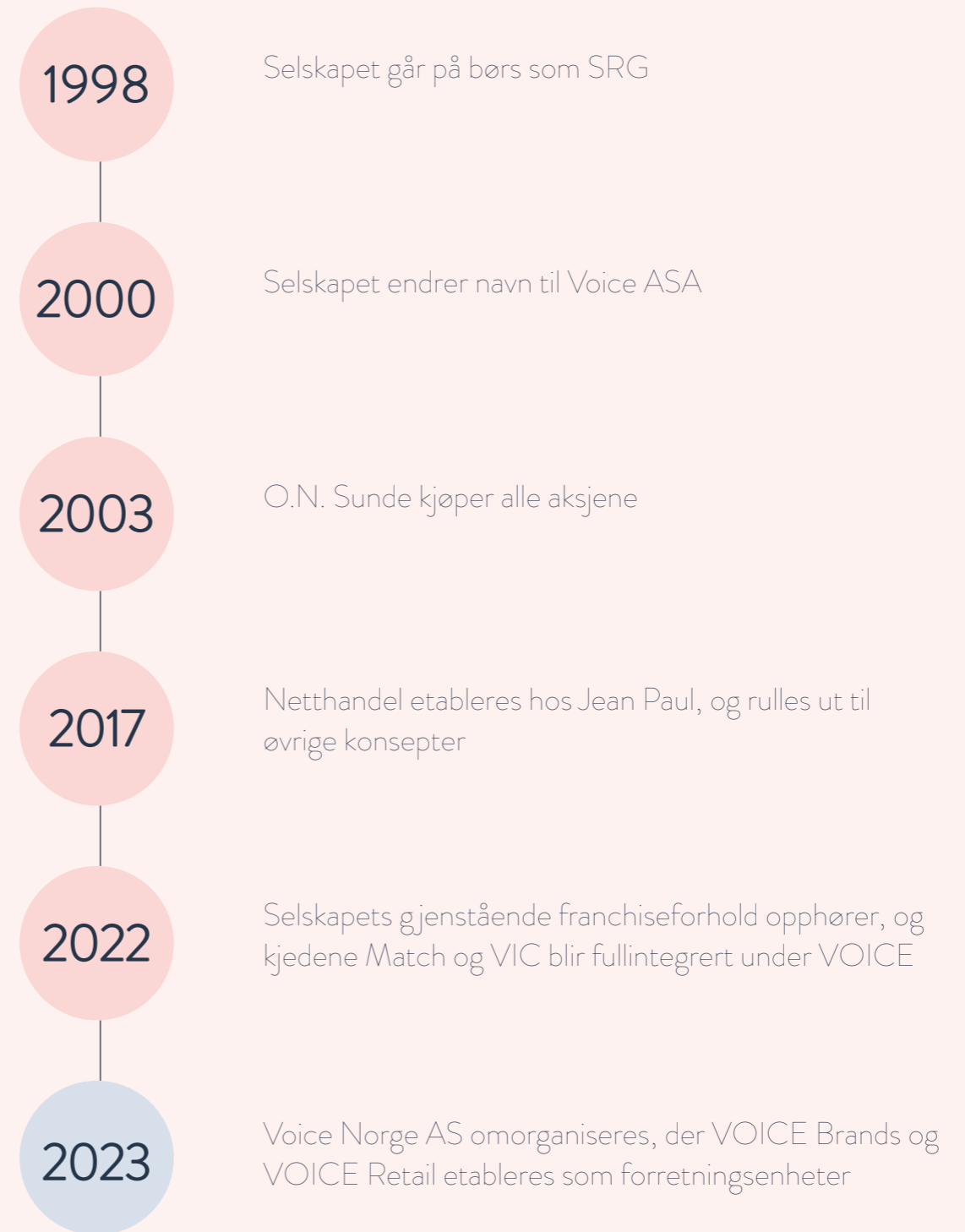
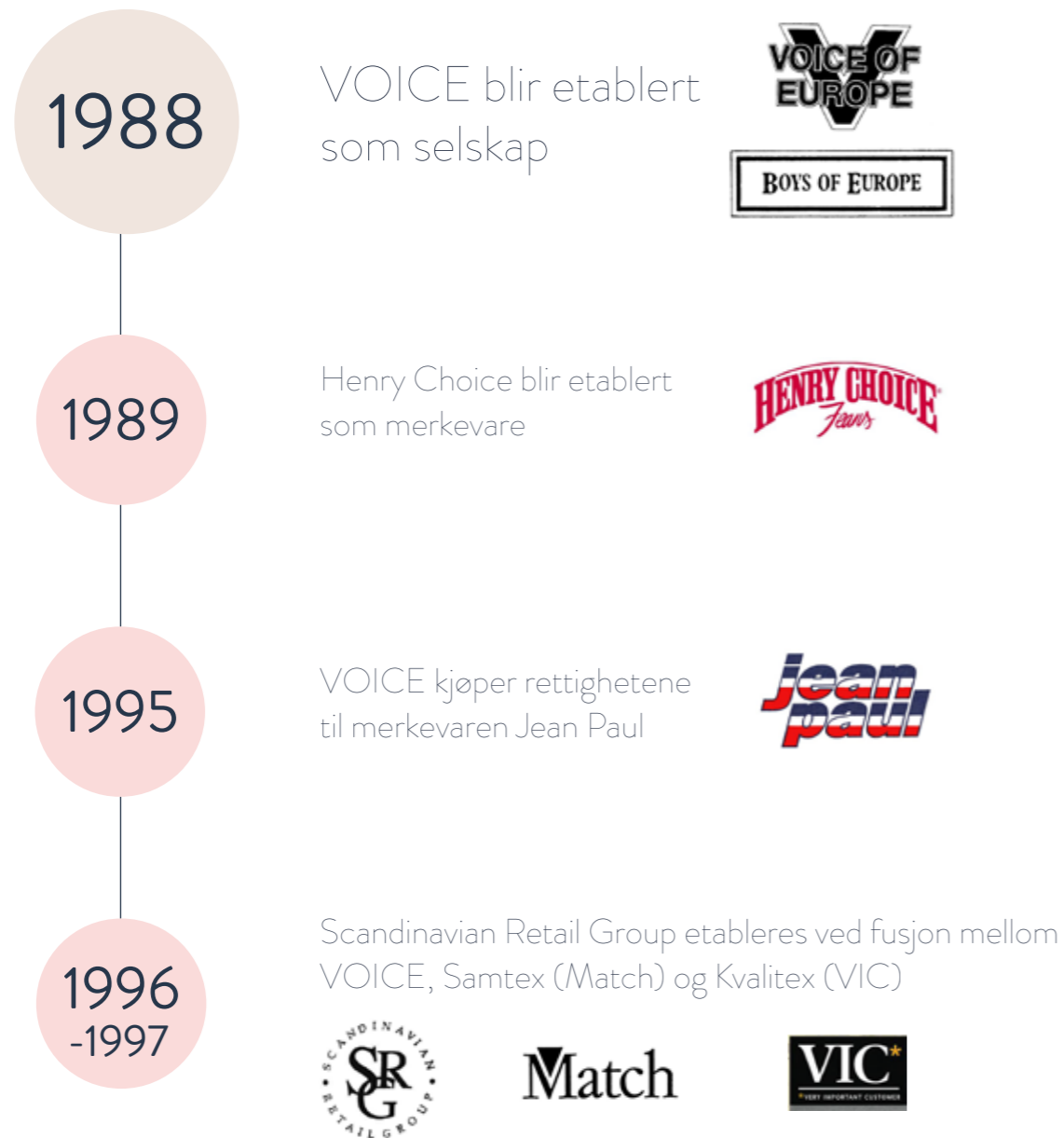
EBITDA 2023 **496,86 MILLIONER KRONER**

## VÅR HISTORIE

VOICE ble etablert som selskap i 1988, men har røtter så langt tilbake som i 1963, med etableringen av Samtex, som siden ble til Match. Etter etableringen i 1988 tok VOICE raskt en ledende posisjon i 'Value for money' segmentet med etableringen av merkevarer som Henry Choice og Voice of Europe. Vår mest kjente merkevare, Jean Paul, ble en del av VOICE i 1995, men selskapets røtter går tilbake til 1977,

og er dermed en historisk og tradisjonsrik merkevare i kvalitetssegmentet i Norge. Etter en spennende vekstfase på 1990-tallet, som etablerte VOICE som en ledende retailaktør i det norske klesmarkedet, kjøpte O.N. Sunde alle aksjene i selskapet i 2003. 2018 rundet VOICE 30 år, og består i dag av kleskjedene Match, VIC og Boys of Europe, samt 13 sterke merkevarer, inkludert Jean Paul og Henry Choice som noen av de mest kjente.

# VOICE tidslinje







## Våre butikker og merkevarer

Klær spiller en fundamental rolle i hvordan vi uttrykker vår identitet. Gjennom klær uttrykker mennesker sin personlighet, kulturelle bakgrunn og sosiale status. Gjennom våre klesvalg sender vi bevisste og ubevisste signaler til verden rundt oss, og skaper en dialog uten ord. Tekstiler kan vise kulturelle preferanser, hvem vi er og hvordan vi uttrykker oss. Gjennom klesvalg kommuniserer vi med hverandre. Klær du velger kan være med på å gjøre at du føler deg vel og komfortabel. Klær kan også skape gode minner og opplevelser.

Gjennom VOICE butikker og merkevarer tilbyr vi en fullstendig garderobe bestående av hverdagsfavoritter og trendplagg som varer lenge.

I 2023 bestod VOICE av 13 merkevarer som hovedsakelig ble distribuert gjennom de landsdekkende kjedekonseptene Match, VIC og Boys of Europe. Ved utgangen av 2023 utgjorde butikkporteføljen 202 butikker.

	VIC	MATCH	BOYS OF EUROPE
Nord-Norge	3	6	4
Trønderlag	4	8	6
Vestlandet	7	21	16
Østlandet	27	51	33
Sørlandet	1	11	4
	<b>42</b>	<b>97</b>	<b>63</b>

I tillegg til kjedekonseptene er merkevarene tilgjengelige via våre nettbutikker, [matchfashion.no](https://matchfashion.no), [VIC.no](https://vic.no), [boysofeurope.no](https://boysofeurope.no) og [jeanpaul.no](https://jeanpaul.no).



# Match

Match fyller 35 år i 2024, og er en av Norges største motekjeder, med nettbutikk og nærmere 100 fysiske butikker over hele Norge. Match er en folkelig kleskjede for kvinner og menn, som tilbyr egne merkevarer av høy kvalitet, med god passform og verdi for pengene. Match har fokus på at det å være velkledd skal være enkelt og legger spesielt vekt på klær til jobb- og hverdagsanledninger.



**1 262 MNOK**  
Omsetning 2023



**97**  
Antall fysiske butikker 2023



**8,1 %**  
Netthandelsandel 2023



**955 000**  
Kundeklubbmedlemmer 2023



# VIC

VIC er et premium kjedekonsept for kvinner og menn, som tilbyr klær og komplementære produkter til kunder, som ønsker en merkevareopplevelse til en overkommelig pris. VIC kjenner den norske forbrukeren godt, med sine vaner og preferanser. Derfor utvikler og produserer vi i hovedsak våre egne produkter. Eksterne merkevarer komplementerer og styrke egenproduserte merkevarer og VIC sin profil, for å kunne tilby signaturplagg og trendprodukter side om side. VIC er for kvinner og menn som ønsker å føle seg vel, med aktuell mote av høy kvalitet, som varer og har en god funksjon.



**374 MNOK**  
Omsetning 2023



**42**  
Antall fysiske butikker 2023



**7,9 %**  
Netthandelsandel 2023



**296 000**  
Kundeklubbmedlemmer 2023





# Boys of Europe

Boys of Europe er en butikkjede for menn, med jeans og bukser i fokus. En destinasjon med gode produkter, til gode priser, der kunden gjør et godt kjøp. Boys of Europe henvender seg særlig til 'Hverdagshelten', en uhøytidelig fyr som vil kjøpe uhøytidelige klær, på et uhøytidelig sted. Han vil se bra ut, han trenger noe nytt, men har ingen steder han har lyst til å gå- for enten så er det for spesielt, eller for kjedelig.

Boys of Europe er stedet 'Hverdagshelten' føler seg hjemme - stedet hvor det er litt morsommere å handle klær, der han kjenner seg trygg. Et sted som tilbyr tidløse klær som varer lenge.



**423 MNOK**

Omsetning 2023



**63**

Antall fysiske butikker 2023



**3,9 %**

Netthandelsandel 2023



**327 000**

Kundeklubbmedlemmer 2023

## MERKEVARER

VOICE sine 13 egneide merkevarer utgjør over 90,4 % av selskapets totale omsetning.

VOICE har en bred merkevareportefølje, bestående av både tradisjonsrike merker med lang og begivenhetsrik historie og nye merker lansert de siste årene for å møte udekkede behov i markedet. Porteføljen består av Jean Paul, Henry Choice, Va Vite, Mr. Capuchin, Vesbar, Mellowfield, Blu, Redford, Mario Conti, Marie Philippe, Donna, Vos Not Vos og Alvo.

Jean Paul kom først i salg i 1977, og etablerte seg i løpet av 1980- og 1990-tallet som en svært populær merkevare kjent for å være sporty, funksjonelt og av høy kvalitet. Jean Paul ble en del av VOICE i 1995, og omsatte i 2023 for over én milliard kroner. Jean Paul har en veldig sterk posisjon i det norske motemarkedet.

Skjortemerket Alvo ble etablert av Alv Opheim på 1930-tallet. Skjortene ble opprinnelig produsert i egen skjortefabrikk på Stranda. I dag er Alvo en merkevare for formelle skjorter av høy kvalitet.

Merkevarer som Redford, Va Vite og Marie Philippe kom inn i VOICE familien som følge av fusjoneringen av Va Vite, Kvalitex og Samtex på 1990-tallet.

Henry Choice ble etablert av VOICE i 1989, og var en avgjørende drivkraft i den tidlige suksessen for VOICE som selskap. I 1994 ble det solgt over 750 000 Henry Choice jeans,



noe som bidro til at Henry Choice på dette tidspunktet var større en Levi's i Norge. Fokuset på høy kvalitet og god verdi for pengene har vært sentralt i Henry Choice og andre VOICE merkevarer siden etableringen, og er fortsatt sentrale bærebjelker i våre merkevarekonsepter.

De senere årene har nye merkevarer som blant annet Mr. Capuchin, Vesbar og Mellowfield blitt etablert, for å møte nye kundebehov og moteuttrykk. Samtlige av våre merkevarer designes og utvikles på Sagene i Oslo, og produseres i tett samarbeid med våre internasjonale produksjonspartnere.



# VOICE brands

VÅRE MERKEVARER

JEAN  PAUL

HENRY CHOICE

vesbar

  
MR. CAPUCHIN

ALVO  
SINCE 1930

MARIO CONTI

Mellowfield

WOS|NOT|WOS  
OSLO

DONNA

REDFORD  
SINCE 1986  


Blu



VA VITE

# VOICE som arbeidsplass



## VÅR KULTUR

VOICE har forpliktet seg til å være en ansvarlig arbeidsgiver, fremme et fremragende arbeidsmiljø, og sette våre ansatte i sentrum som vår mest verdifulle kapital. Vi skal være kjent for vår sterke bedriftskultur, et eksepsjonelt arbeidsmiljø og engasjerende arbeidsoppgaver. Som en sentral arbeidsgiver i mange lokalsamfunn, spiller VOICE en viktig rolle i mange ansattes første møte med arbeidslivet.

Vår kultur er fundamentert i våre kjerneverdier, som danner grunnlaget for vår beslutningstaking og atferd. Disse verdiene – Tydelighet, Engasjement, Ansvarlighet og Kommersiell tenkning – veileder oss i vårt daglige virke. Medarbeiderundersøkelser utført i både 2022 og 2023 bekrefter at VOICE sine resultater er positive, og ligger over gjennomsnittet i Norge.

I VOICE mener vi at vår styrke ligger i fellesskapet. Sentralt i vår kultur står derfor våre spilleregler, som legger føringer for vår atferd:

- Vi skal spille hverandre gode.
- Vi skal være en positiv forstyrrelse i hverandres hverdag.
- Vi skal ha fokus på læring.

VOICE er et fremtidsrettet selskap, som setter de ansatte, kunden og samfunnet i kjernen av virksomheten. Vi ønsker å bidra til å bringe bransjen fremover gjennom lønnsom og offensiv forretningsdrift, kvalitetsprodukter, samt pålitelig og ambisiøst bærekraftsarbeid. Vi mener at ansvarlighet og kommersialitet er uløselig forbundet. Et fremtidsrettet selskap må over tid evne å drive lønnsomt, samtidig som driften skaper trivsel, ivaretar samfunnene det påvirker og kloden positivt.

**VOICE skal være best der det teller mest på bærekraft.** Vår prioritet er å redusere klimaavtrykket i tråd med VOICE sitt satte klimamål, oppfylle regulatoriske forpliktelser, og utvikle produkter på en ansvarsfull måte med mindre negativ påvirkning på miljøet og mennesker. Vår tilnærming til bærekraft hviler på faglige prinsipper og fokuserer på å sikre gjennomførbarhet i breddemarkedet for å frembringe vesentlig endring. Vårt engasjement og systematisk styring i hele verdikjeden er ment å redusere miljøavtrykket av produktene vi produserer og selger.

VOICE sin tilnærming til arbeidet med sosiale forhold er grunnlagt i tett samarbeid med våre leverandører. Vi er ærlige og åpne om våre handlinger, utfordringer og muligheter, noe som reflekteres i denne rapporten.

VOICE sikter mot å bli det mest effektivt drevne selskapet i bransjen, med sterk økonomisk vekst drevet av en strømlinjeformet verdikjede. Vi setter oss offensive mål for den videre utviklingen, med særlig fokus på:

- Å styrke sentrale forretningsferdigheter i omnikanal detaljhandel, produktutvikling og merkevarebygging.
- Å videreutvikle vårt skalerbare fundament gjennom effektive prosesser og verktøy, og en sterk spillskultur med tydelige roller og ansvar.

VOICE skal være en tydelig stemme i bransjen og aktivt delta i debatten om tekstil- og detaljhandel, for å fremme sunne forretningspraksiser og rammevilkår.

# Våre verdier

VOICE har et sett grunnleggende verdier som er vårt kompass. Verdiene våre skal signalisere hvem vi er, og hva vi står for.

TYDELIG  
ENGASJERT  
ANSVARLIG  
KOMMERSIELL



- **TYDELIG**  
- Kundene opplever det som lett å være kunde hos oss
- **ENGASJERT**  
- Kundene opplever at vi inviterer inn, inspirerer og vil deres beste
- **ANSVARLIG**  
- Kundene opplever at vi tar ansvar for vår forretningsdrift, våre ansatte og vår påvirkning på miljø- og samfunn
- **KOMMERSIELL**  
- Kundene opplever at vi forstår dem og gir dem lyst til å handle hos oss



# Våre samspillsregler

Dette er hva våre samspillsregler betyr for vår atferd

## VI SKAL SPILLE HVERANDRE GODE

Vi inngår alle i felles samspill, der vår evne til å lykkes og nå våre mål er avhengig av hverandre. For å oppnå dette må vi være nysgjerrige på hverandre, søke forståelse for helheten og hvordan ting henger sammen. Vi engasjerer oss aktivt i dialog og samarbeid for å finne helhetlige løsninger som gagnar våre kunder, ansatte, VOICE og samfunnet som helhet.

## VI SKAL VÆRE EN POSITIV FORSTYRRELSE I HVERANDRES HVERDAG

Vi anerkjenner at våre ansatte er vår viktigste ressursen for videreutvikling av selskapet. Det er derfor essensielt å skape en kultur der vi deler innsikt og forståelse, gir hverandre konstruktive tilbakemeldinger, og motiverer hverandre til utvikling. Vi har gjensidig tillitt, er opptatt av å kjenne hverandre som mennesker og forstå hverandres roller. Det er slik vi legger grunnlaget for felles suksess.



## VI SKAL HA FOKUS PÅ LÆRING

Vi er opptatt av å raskt tilpasse oss endrede forhold og videreutvikle vår virksomhet for å øke vår konkurransevne. Dette krever at vi observerer hva som skjer rundt oss, søker ny kunnskap, og lærer av våre handlinger. Vi aksepterer at det å prøve og feile er en del av læringsprosessen, noe som er viktig for å kunne dele kunnskap og utvikle oss. Vårt mål er også å raskt kunne eskalere forretningsmessige muligheter som følge av ny innsikt.

## VÅRE ANSATTE

I 2023 var 1 592 personer direkte ansatt hos Voice Norge AS, inkludert ansatte ved hovedkontoret på Sagene, lageret på Tuen og i de 202 butikkene rundt om i Norge. 9,6 % av de ansatte jobber på hovedkontoret, 88,5 % i butikkene og 1,9 % på Tuen.

Tabeller som viser antall ansatte i faste og midlertidige stillinger, fordelt på deltid og heltid, samt informasjon om roller og kjønnsfordeling, er tilgjengelige på slutten av denne rapporten.

Voice Norge AS sin toppledelse er satt sammen av selskapets styre og ledergruppen i VOICE, som samlet består av 13 medlemmer. Med et styre bestående utelukkende av menn, er toppledelsens kjønnsfordeling skjevt fordelt med 85 % menn og 15 % kvinner. Administrerende direktør er en del av både ledergruppen og styret.

## HOVEDKONTOR SAGENE

På hovedkontoret på Sagene i Oslo var det 153 ansatte i 2023, inkludert ledergruppen, men ekskludert styret. Kvinner utgjør 74 % av arbeidsstyrken her, og 95 % av de 153 ansatte har faste stillinger. Gjennomsnittlig ansiennitet blant hovedkontorets ansatte er 8 år og 4 måneder.

## SENTRALLAGER TUEN

VOICE sitt sentrallager ligger mellom Lillestrøm og Fetsund på Tuen industriområde. Lageret har et omfattende bruttoareal, som i 2019 ble utvidet da VOICE overtok en nybygd lagerhall med

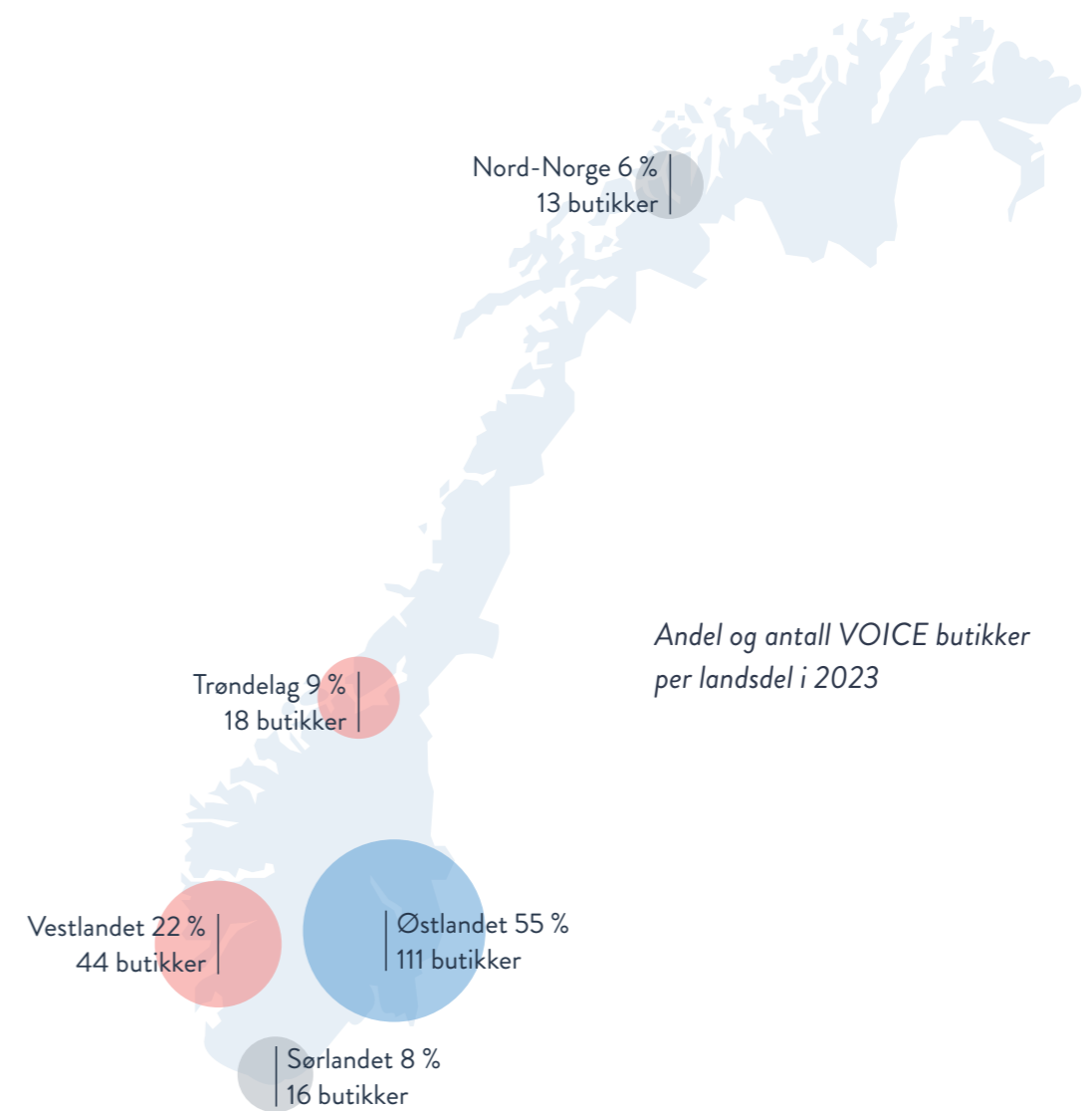
omtrent like stor lagerkapasitet. Alle egneide merkevarer, samt et utvalgt eksterne merkevarer håndteres på sentrallageret, før de blir videre distribuert til butikkene, eller sendt direkte til kundene som handler på nettbutikkene til VIC, Jean Paul, Match og Boys of Europe.

På lageret på Tuen var det totalt 30 ansatte i 2023, fordelt jevnt mellom menn og kvinner, hvorav 83 % er i faste stillinger. For å håndtere de store variasjonene i arbeidsmengde gjennom ulike perioder av året, som følge av store svingninger i etterspørsel fra våre kunder, har VOICE inngått en avtale med et bemanningsbyrå. Dette sikrer at vi alltid har nok personell til å dekke behovene i travle perioder. Gjennomsnittsansienniteten blant ansatte på lageret er 7 år og 8 måneder.

## VÅRE BUTIKKER

Per 31. desember 2023 drev VOICE 202 fysiske butikker spredt over hele Norge, med flertallet av disse plassert på Østlandet. Av selskapets totale arbeidsstyrke, jobber 89 % av ansatte i butikkene. Dette representerer 1 409 ansatte, hvorav 86 % er kvinner og 14 % er menn.

Gitt den store andelen kvinner ansatt i VOICE, har vi iverksatt tiltak for å forbedre kjønnsbalansen i avsnittet om likestilling. Blant butikkansatte er 12 % i midlertidige stillinger, inkludert både heltids- og deltidsansatte. Gjennomsnittlig ansiennitet for ansatte i butikkene er 3 år og 5 måneder.



Andel og antall VOICE butikker per landsdel i 2023

Bildet over gir en oversikt over distribusjonen av VOICE-butikker i Norge. Dette kartet illustrerer hvordan VOICE sin tilstedeværelse varierer regionalt, og kan gi innsikt i markedstilgang og logistikk for selskapets virksomhet i Norge.

# VOICE som arbeidsgiver

Medarbeiderne står i hjertet av VOICE, og er våre mest verdifulle kapital. Det er vår målsetting å utmerke oss ved å dyrke en inkluderende og dynamisk bedriftskultur, tilby et eksepsjonelt arbeidsmiljø, og engasjere vårt team med stimulerende og utfordrende oppgaver. VOICE spiller en viktig rolle i samfunnet som en betydelig arbeidsgiver, spesielt gjennom våre butikker spredt over hele landet. Vi er stolte av å være den første kontakten med arbeidslivet for mange av våre ansatte, og vi er forpliktet til å bidra til deres vekst og utvikling fra dag én.



## LIKESTILLING OG DISKRIMINERING

VOICE aksepterer ingen form for diskriminering, og jobber for å sikre likestilling og like muligheter både i egen virksomhet, og i vår verdikjede.

VOICE støtter opp om retten til fri fagorganisering og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Vi skal involvere ansattrepresentanter og andre relevante interessenter i vårt arbeid med bærekraftig forretningspraksis.

VOICE engasjerer seg aktivt i å fremme likestilling og bekjempe diskriminering på arbeidsplassen. Vi sikter mot å skape et inkluderende miljø fri for diskriminering relatert til etnisitet, nasjonal opprinnelse, hudfarge, språk, religion, livssyn, seksuell legning, funksjonshemming eller alder.

Å fremme mangfold er ikke bare en forpliktelse, men også en strategisk fordel. Vi streber etter å være en arbeidsgiver som tilbyr like muligheter for alle, uavhengig av kjønn. Med en overvekt av kvinner ansatt i butikker, samt design og andre kreative roller, reflekterer VOICE sitt engasjement for å støtte kvinnelige ansatte i en bransje der de allerede er godt representert. Per årets slutt var 84 % av de ansatte kvinner, hvilket tydelig viser selskapets kvinneprofil. VOICE ser verdien i å beholde ansatte over tid, som demonstrert ved en høy prosentandel av fast ansatte og en betydelig gjennomsnittlig ansiennitet blant arbeidsstokken.

Gitt at kjønnsfordelingen er skjevt fordelt, der kvinner utgjør 84 % av våre ansatte, satte vi i gang tiltak for å øke andelen mannlige ansatte.

Klesindustrien er en kvinnedominert bransje. Dette ses også tydelig på søkertallene, der kvinner er overrepresentert. VOICE er opptatt av å inkludere og applaudere mangfold. Våre testrutiner i butikk er ment å forhindre diskriminering ved evaluering av kandidater basert på testresultater, og ikke andre mulige fordommer. I 2020 innførte VOICE et testverktøy for vurdering av kandidater til ledige stillinger i butikk. Testene er like for alle, og verktøyet vurderer kandidater basert på egenskaper som anses som kritiske for å lykkes og trives i de spesifikke rollene. Målet med disse testene er å vurdere kriteriene på et objektivt vis, og trekke frem de best egnede kandidatene for videre intervjuopprosess, og unngå subjektiv diskriminering.

I tillegg har VOICE gjennomgått en tydeliggjøring av rutinene for rekruttering, intervju-maler, maler for referansesjekk og krav til prosess. Målet er å sikre en objektiv tilnærming til nyansettelser, som er basert på kompetanse og mangfold.

VOICE begynte for noen år tilbake å oppfordre menn til å søke for å øke de mannlige søkertallene. Vi har ikke sett en stor endring blant søkerne. Dette kan bevise at bransjen er kvinnedominert og at det er vanskelig å endre kjønnsmonsteret, uten at bransjen som helhet igangsetter tiltak for å øke andelen mannlige ansatte.





## VOICE Medarbeiderundersøkelse

Årlig gjennomfører VOICE en undersøkelse blant alle ansatte, for å vurdere eget arbeidsmiljø og tilfredshet. HR-avdelingen i VOICE har utviklet denne medarbeiderundersøkelsen for å evaluere ansattes oppfatninger om ulike arbeidsrelaterte temaer som samarbeid, ansvar, beslutningsprosesser og initiativ, faglig utvikling og læring, arbeidsmengde, samt oppfatningen

av VOICE som arbeidsgiver. Denne anonyme undersøkelsen benytter en skala fra 1 til 5 for vurdering, hvor 5 representerer høyest tilfredshet. Resultatene viser at den gjennomsnittlige tilfredsheten blant respondentene er 4,3, noe som ligger over det nasjonale gjennomsnittet på 4,0 for lignende undersøkelser.

### I MEDARBEIDERUNDERSØKELSEN FRA 2023 OPPGIR 9 AV 10 ANSATTE AT DE:

- Trives i jobben.
- Viser høy grad av jobbengasjement.
- Føler stolthet over å være en del av VOICE.
- Vil anbefale VOICE som arbeidsplass til venner og bekjente.

VOICE ønsker å bevare og videreutvikle denne kulturen. Det rapporteres sjeldent om mobbing eller uønsket adferd. Prosedyrene for å rapportere slike hendelser er kjent og forstått i organisasjonen. Med en nulltoleranse for mobbing og trakassering, ønsker vi å sikre et trygt arbeidsmiljø hvor alle har et ansvar for å ta vare på hverandre. For at medarbeiderundersøkelsen skal være mer enn bare anerkjennelse, er det kritisk at resultater gjennomgås og diskuteres anonymt på avdelingsnivå. Dette fremmer videreutvikling og styrker vår kultur og tilfredshet. Ved å anerkjenne hva som

fungerer og identifisere forbedringsområder, kan vi forsterke vårt arbeidsmiljø. For å vedlikeholde eller forbedre arbeidsmiljøet har vi innført tiltaksrapporter. Her skal ledere og ansatte i fellesskap identifisere tre områder for forbedring og tre områder som fungerer bra. Disse rapportene som er tilgjengelige i avdelingens dokumentarkiv for både ledere og ansatte, tjener som en referanse for avtalte tiltak og en ressurs for oppfølging og evaluering. Ved å sikre at tiltakene følges opp, legger VOICE grunnlaget for et kontinuerlig forbedret arbeidsmiljø.

### VARSLINGSRUTINER – RETNINGSLINJER OG RUTINER FOR HÅNDBOK

I vår elektroniske håndbok for helse, miljø og sikkerhet (HMS) finnes det en varslingskanal hvor alle ansatte har muligheten til å rapportere kritikkverdige forhold. Den inkluderer også en beskrivelse av selskapets prosedyrer for håndtering av varsler. Den omfatter formålet med, og rekkevidden av våre varslingsystemer, varslingsterminologi, kvalitetsmål, hvem som skal varsles, detaljerte prosedyrer for innsending av varsler, samt prinsipper om konfidensialitet og anonymitet.

Videre beskriver håndboken prosessen for oppfølging av varsler, og understreker et strengt forbud mot gjengjeldelse mot den som varsler. Håndboken informerer også om arbeidstakers rettigheter i tråd med arbeidsmiljøloven for å rapportere om kritikkverdige forhold.

Ytterligere tiltak inkluderer integrering av varslingsprosedyrer i det obligatoriske HMS-kurset for ansatte, som skal gjennomføres minst én gang hvert annet år. Nyansatte er også forpliktet til å fullføre HMS-kurset, herunder også en grundig innføring i VOICE sitt varslingsrutiner.





### ARBEIDSTID OG LØNN

VOICE har etablert et nøye budsjett- og timeplanleggingssystem som ivaretar nøyaktighet og ansvarlighet i håndteringen av arbeidstimer i butikk. Kjededirektørene utarbeider timesbudsjettene som styret godkjenner året før, og som legger grunnlaget for den årlige driftsplanleggingen. Driftsledere minner hver måned butikkene om å forberede den kommende måneds plan, som deretter blir godkjent av Regionslederne.

Butikklederne setter opp månedlige timeplaner basert på behov, butikkstørrelse og erfaringer. Eventuelle avvik fra plan til faktiske timer fremkommer ved månedens slutt. Statistikken viser veldig små avvik. Ekstratimer tildeles etter behov og budsjetteres deretter. Signifikante avvik er uvanlig. Avviket fra budsjett til faktiske timer for 2023 var på 0,02 %, uten sykdom og ferie, for alle VOICE-butikker, noe som understreker at systemet fungerer godt. Timegrip har lenge vært et pålitelig verktøy brukt i VOICE for å følge opp timer, budsjetter og planer.

Butikkledere er fast ansatt på heltid, og tilknyttet en spesifikk butikk. For øvrige butikkmedarbeidere tillates en større fleksibilitet, med mulighet for å jobbe ekstra i andre butikker, om det skulle være behov. Ansatte som jobber over sin kontraktbestemte timeprosent over en periode, har rett til kontraktsrevisjon, noe butikk- og regionledere er ansvarlige for å administrere.

VOICE ansetter alle butikkmedarbeidere direkte, og lønn følger bransjens tariffavtaler, som sikrer at de ansatte mottar rettmessig kompensasjon uavhengig av fagforeningsmedlemskap. Arbeidskontraktene henviser til personalhåndboken og lederhåndboken der det spesifiseres at i VOICE blir alle ansatte som ikke har lønn regulert gjennom tariffestede system, vurdert etter de samme kriteriene. Foreldrepengerrettighetene er likestilt med hovedkontorets retningslinjer, der VOICE dekker forskjellen mellom NAVs foreldrepenger og den ansattes vanlige lønn.

Timeregistrering skjer gjennom en app hvor de ansatte kan sjekke inn og ut, eller direkte ved kassen, noe som bidrar til nøyaktighet i oppfølging av antall timer per ansatt. Butikkledere med en særlig uavhengig stilling er ikke pålagt å registrere timene, skjønt det anbefales for nøyaktighets skyld.

Arbeidstiden for heltidsansatte er 37,5 timer i uken, pluss en halv time lunsj per dag.

Lønnspolitikken og lønnsfastsettelsen skal styrke VOICE sine mål og strategier. Lønnspolitikken i VOICE skal bidra til å rekruttere, utvikle og beholde kvalifiserte og motiverte medarbeidere til å etterleve TEAM-verdiene og samspillsreglene. Den skal legge til rette for økt arbeidsinnsats, initiativ, effektiv bruk av ressurser, personlig vekst, arbeidsglede, faglig utvikling og ansvarstaking.

Lønn utbetales den 20. i hver måned. Når det gjelder lønnsforhandlinger, gjelder både sentrale- og lokale forhandlinger. TBU (Teknisk Beregningsutvalg) utgir to ganger årlig, prognoser som benyttes som grunnlag for sentrale lønnsforhandlinger, mens den lokale fagforeningen og dens representanter møter ledelsen for lokale lønnsforhandlinger. Årlige lønnsvurderinger foretas som hovedregel 1. april for alle ansatte i VOICE, hvis ikke annet er avtalt.

Når det gjelder pensjon og forsikringsordning, permisjoner, fravær og sykdom kan alle ansatte i VOICE finne detaljert informasjon i selskapets systemer.

Dersom ikke annet er beskrevet i arbeidsavtalen, har den ansatte oppsigelsesfrist i henhold til arbeidsmiljøloven. Oppsigelsesfristene framkommer av arbeidskontrakten. Alle oppsigelser skal skje skriftlig. Pensjonsalderen i VOICE er 72 år, og lederen vil kalle den ansatte til en orienteringssamtale i god tid før personen går av med pensjon. Drøftingsmøte ved oppsigelse følger arbeidsmiljøloven.



## TARIFFAVTALER, FAGFORENINGER OG ANSATTE REPRESENTANTER

VOICE er medlem av Hovedorganisasjonen Virke, og er bundet av to hovedavtaler:

- Hovedkontoret er bundet av Hovedavtalen og Funksjonæravtale gjennom Negotia
- Butikkene med tariffavtale, hovedkontoret og lageret er bundet av hovedavtalen og landsoverenskomsten gjennom Handel og Kontor

Hovedavtalen og Funksjonæravtalen gjelder for hel- og deltidsansatte funksjonærer, herunder ledere, innen kontor, butikk, lager og ekspedisjon. Avtalen er mellom Hovedorganisasjonen Virke på den ene siden, og YS (Yrkesorganisasjonenes Sentralforbund) og Negotia på den andre siden. VOICE er opptatt av å følge de tariffavtalene vi er bundet av, både når det gjelder samarbeid, dialog og utvikling med de tillitsvalgte.

Negotia er en partipolitisk uavhengig fagforening som søker å skape trygghet og gi bistand til ansatte i privat næring. Negotia og ledelsen i VOICE avholder månedlige møter. I god dialog diskuteres selskapets status og aktuelle saker, som referatføres for å finne gode løsninger på felles muligheter og utfordringer.

Hovedavtalen og Landsoverenskomsten gjelder for arbeidstakere i varehandel - eller annen servicevirksomhet. Avtalen er mellom Hovedorganisasjonen Virke på den ene siden, og Landsorganisasjonen i Norge (LO) og Handel og Kontor på den andre siden. Butikker som har tariffavtaler, følger de samme avtalene gjennom Handel og Kontor.

For å sikre en overordnet representasjon, valgte de organiserte gjennom Handel og Kontor å danne en konsernklubb. Denne klubben består av fem personer valgt av de tillitsvalgte i Handel og Kontor, og valget skjer årlig. Konsernklubbens hovedoppgave er å representere medlemmene i Handel og Kontor, eller de tillitsvalgte i Handel og Kontor i møter med ledelsen.

For å sikre en effektiv dialog mellom de tillitsvalgte og ledelsen i VOICE, og for å følge opp medlemmenes spørsmål, møtes partene månedlig. Lokale tillitsvalgte tar også opp saker direkte med sin nærmeste leder under lignende månedlige møter. For å sikre at disse sakene blir fulgt opp på en strukturert måte, føres det referat fra møtene.

I tillegg til tillitsvalgte som representerer en medlemsmasse, er det i VOICE også ulike ansatterepresentanter som ikke er tilknyttet fagforeninger.

Ansatterepresentanter er verken definert i arbeidsmiljøloven eller i Hovedavtalen. Uttrykket 'ansatte representanter' dekker både verneombud, ansatte representanter i styret, representanter i arbeidsmiljøutvalg, og tillitsvalgte. De representerer alle ansatte, ikke bare de organiserte arbeidstakerne.



### HMS

I vår innsats for å styrke helse, miljø og sikkerhet (HMS) i VOICE, implementerer vi i 2024 et mer forpliktende ansvar for hver enkelt ansatt

i butikkene gjennom introduksjonen av et HMS-hjul. Dette verktøyet skal sikre systematisk oppfølging og gjennomføring av risikovurderinger, handlingsplaner, vernerunder og kontroller av det elektriske anlegget. For å forsterke dette arbeidet, arrangerer vi systematiske medarbeidersamtaler, samt oppfølging og forebygging av sykefravær gjennom kurs på vår lærings- og samhandlingsplattform Motimate, i tillegg til fysiske lederkurs. Alle ansatte må også gjennomgå obligatoriske HMS-kurs regelmessig, og har tilgang til en elektronisk HMS-håndbok og et avvikssystem 24/7 for enkel rapportering av forbedringer og uoverensstemmelser.

Basert på grundige risikovurderinger og lang erfaring, har vi identifisert en rekke potensielle HMS-risikoer for våre ansatte som arbeider i ulike deler av vår virksomhet – inkludert butikk, på lageret, innen rengjøring, og på kontoret.

Vi har identifisert mulige HMS-risikoer i butikkene som vold og trusler, uønsket seksuell oppmerksomhet fra kunder, ran, og det å håndtere 'vanskelige' kunder. U hensiktsmessig utforming av arbeidsplassen, lav jobbkontroll, arbeid med hender over skulderhøyde, mangelfull tilgang til tekniske hjelpemidler, ensidig arbeid, belastende arbeidsstillinger, tunge løft, samt glatte eller harde gulv kombinert med mye ståing eller gåing, fallende gjenstander, og fall- og klemskader er blant de fysiske risikoene.

På lageret kan de ansatte potensielt være utsatt for lignende fysiske farer, inkludert uhensiktsmessig utforming av arbeidsplassen, tungt

løftearbeid, og risiko for fall- og klemskader, i tillegg til spesifikke farer som påkjørsel eller kollisjon med truck, kjøring med sparkesykkel, vareplassering i høyden, velting av paller, og brannfarer.

Rengjøringspersonell kan på sin side møte risikoer som belastende arbeidsstillinger og ensidig, gjentakende arbeid, tunge løft, mye gåing på harde gulv, eksponering for helse-skadelige kjemikalier, stikk- og kuttskader fra avfallshåndtering, arbeid i isolasjon, og opplevelsen av å være 'usynlig' i arbeidsmiljøet.

På kontoret og i andre lokaler er det viktig å være oppmerksom på innemiljøet (luftkvalitet, lys, temperatur, støy), risiko for fall i trapp, fare for ulykker som følge av gjenstander som ikke er sikret på gulvet, trafikkikkerhet, fare for takras av snø og is, samt risikoer knyttet til kontorarbeid som belastningsplager og tretthet fra skjermarbeid.

Gjennom våre handlingsplaner, identifisering av potensielle risikoer for helse og sikkerhet, og kontinuerlig HMS-arbeid sikter vi mot å forebygge og redusere disse risikoene. Vi arrangerer førstehjelpskurs annethvert år og har et kriseteam fra bedriftshelsetjenesten tilgjengelig for alvorlige hendelser. Dette teamet bistår også ansatte gjennom kriser, enten personlig eller i jobbsammenheng. På vårt lager, hvor det fysiske arbeidet er mest krevende, arrangerer vi årlige kurs gjennom bedriftshelsetjenesten for å forebygge helseskader og vedlikeholde god helse blant de ansatte.



## REKRUTTERING

For å fremme objektivitet, sikre like muligheter, og basere oss på et solid informasjonsgrunnlag i rekrutteringsprosessene, har VOICE implementert en rekke tiltak. Først og fremst har vi utviklet et analyseverktøy for stillinger i butikkene våre, hvor vi har identifisert nøkkelkompetanser som er essensielle for å lykkes i jobben. Denne analysen danner grunnlaget for både intervju-spørsmål, tester, referansesjekker, og sikrer at kompetanse er i fokus gjennom hele rekrutteringsprosessen. Dette anser vi som et viktig steg for å unngå diskriminering og feilvurderinger.

Videre gjennomfører alle eksterne jobbsøkere en personlighetstest, som resulterer i en service-score. Denne scoren reflekterer kandidatens sannsynlighet for å yte god service over tid, og hjelper rekrutterende ledere med å vurdere kandidater basert på relevante egenskaper fremfor mindre relevante faktorer.

Vi benytter oss også av strukturerte intervju-guider basert på kompetanserelaterte spørsmål. Dette sikrer at alle kandidater, uavhengig av bakgrunn, møtes med de samme spørsmålene i samme kontekst. Dette bidrar til lik behandling og like muligheter for alle som søker.

For annengangsintervjuer har vi forhåndsbestemte caseoppgaver som reflekterer realistiske scenarier man kan oppleve som ansatt i våre butikker. Dette sikrer at alle kandidater blir vurdert ut fra hvordan de løser de samme utfordringene. Her finnes det ikke nødvendigvis riktige fasiter, og vi er opptatt av å høre hvordan kandidatene reflekterer rundt casene.

Til slutt er våre referansesjekker digitaliserte og basert på de samme nøkkelkompetansene som

er trukket frem i intervjuene. Dette sikrer at alle referanser svarer på de samme spørsmålene, noe som bidrar til en rettferdig og konsistent evaluering av kandidater. Samlet sett bidrar disse tiltakene til en mer rettferdig, objektiv og effektiv rekrutteringsprosess.

## RETNINGSLINJER, PERSONVERN OG ARBEIDSAVTALE

Etiske retningslinjer inkluderer likebehandling av medarbeidere, ansvar for hverandre, mulige interessekonflikter, mottak av personlige fordeler fra VOICE forretningsforbindelser, taushetsplikt, og sanksjoner ved brudd på de etiske retningslinjene.

Retningslinjer for bruk av sosiale medier, PC-, Mobil-, Bredbånd- og IKT-retningslinjer blir tildelt den enkelte ansatte i forbindelse med kontraktsignering. Alkoholregelverket finnes i personalhåndboken, og har som mål å forebygge rus og avhengighet, samt skape et trygt og godt arbeidsmiljø. Regelverket er ment å gi et tydelig signal om ståsted og ha forebyggende effekt.

Korrupsjon, definert som enhver form for bestikkelse, er helt uakseptabelt. Dette inkluderer bruk av uoffisielle metoder for å oppnå urettmessige personlige eller arbeidsrelaterte fordeler for kunder, agenter, kontraktører, leverandører eller deres ansatte, inkludert offentlige tjenestemenn.

VOICE har utarbeidet en personalhåndbok – et internt dokument som omfatter essensiell informasjon om VOICE som arbeidsgiver, forventninger til ansatte, ansattes rettigheter, samt praktisk informasjon om rutiner, prosedyrer, kommunikasjon og fagforeningstilknytning.

VOICE sin personalstrategi er utviklet med formål om at alle ansatte skal kjenne til, forstå og utøve sin rolle i henhold til VOICE sine verdier. Den inkluderer personalpolitikk som regulerer forholdet mellom arbeidsgiver og den enkelte medarbeideren, kompetanseutvikling og prinsipper for personalutvikling.

På hovedkontoret holdes det fellesmøter fire til fem ganger i året. Temaer kan eksempelvis være gjennomgang av selskapets resultater og omsetning, samt annet fellesanliggende.

VOICE informerer alle ansatte om selskapets personvern og behandling av personopplysninger via Simployer-plattformen. Her spesifiseres hvilke typer personopplysninger som behandles, hvordan, av hvem og hvorfor, samt lagringstid og de ansattes rettigheter i forbindelse med personvern. Det finnes en egen e-postadresse som forespørsler om rettigheter og andre relevante spørsmål kan sendes til. VOICE spesifiserer at de ansatte har rett til å henvende seg til personvernombudet eller nærmeste leder for spørsmål, og rett til å klage til Datatilsynet dersom den ansatte mener at VOICE ikke har oppfylt rettighetene etter personvernregelverket.

Alle ansatte har rett på signert arbeidsavtale før de starter å jobbe i VOICE. Avtalen utarbeides skriftlig etter satte krav, og nærmeste leder sørger for at den er forstått og signert av begge parter før den lagres i selskapets systemer. Arbeidsavtalene skal være oppdaterte til enhver tid, og der det skjer endringer i arbeidsforholdet skal dette tas inn i arbeidsavtalen senest én måned etter at endringene trådte i kraft, jf. arbeidsmiljøloven § 14-8. I følge arbeidsmiljøloven § 14-6 skal arbeidsavtalen minst inneholde

opplysninger om følgende:

- Partenes identitet.
- Arbeidsplassen. Der det ikke eksisterer noen fast arbeidsplass eller hovedarbeidsplass skal avtalen gi opplysning om at arbeidstakeren arbeider på forskjellige steder, samt forretningsadressen eller eventuelt hjemstedet til arbeidsgiveren.
- En beskrivelse av arbeidet eller arbeidstakerens tittel, stilling eller arbeidskategori.
- Tidspunktet for arbeidsforholdets begynnelse.
- Dersom arbeidsforholdet er midlertidig, forventet varighet og hva som er grunnlaget for ansettelsen (om det er vikariat eller arbeid av midlertidig karakter).
- Arbeidstakerens rettigheter til ferie og feriepenger, og reglene for fastsettelse av ferietidspunktet.
- Arbeidstakerens og arbeidsgiverens oppsigelsesfrister.
- Den gjeldende eller avtalte lønn ved arbeidsforholdets begynnelse, eventuelle tillegg og andre godtgjøringer som ikke inngår i lønnen, og lønnsutbetalingsterminene.
- Lengde og plassering av den normale daglige og ukentlige arbeidstid.
- Lengde av pauser.
- Avtale om særlig arbeidstidsordning.
- Eventuelle prøvetidsbestemmelser.
- Opplysninger om eventuelle tariffavtaler som regulerer arbeidsforholdet.

Arbeidstaker ansettes med seks måneders prøvetid, med mindre annet fremgår i arbeidsavtalen.

# Kurs, opplæring og medarbeidernes utvikling

Alle medarbeidere har i VOICE rett på opplærings- og utviklingsmuligheter slik at de kan innfri de forventninger som stilles til den enkelte i arbeidssituasjonen. En systematisk og behovsrettet kompetanseutvikling for alle, er en nødvendig investering for å nå målene VOICE skal realisere.

Nærmeste leder skal legge forholdene til rette for den enkelte medarbeiders utvikling, og for nye medarbeidere har leder et særskilt ansvar for opplæring. Den enkelte medarbeider har også ansvar for egen utvikling i takt med skiftende behov.

Butikkansatte er en viktig ressurs for VOICE, og de som kjenner kundene våre aller best. Vi har etablert en butikklederskole, med opplæring og utdanning i butikklederrollen. Dette er et initiativ på tvers av våre kjedekonsepter MATCH, VIC og Boys of Europe, der vi har som mål å styrke karrieremulighetene internt. Første kullet bestod av 10 medarbeidere.



*VOICE Butikklederskole 2023–2024*

# Organisering, ledelse og styring

## VIRKSOMHETSSTRUKTUR

VOICE er organisert for å best mulig understøtte utførelsen av våre mest sentrale virksomhetsområder, med egne avdelinger for produkt- og merkevareutvikling (Brands), butikkdrift (Retail) og logistikk (Supply Chain). I tillegg er viktige støttefunksjoner etablert for å levere på tvers av øvrige virksomhetsområder; HR, Økonomi og IT, og Strategi og forretningsutvikling.

Dagens organisering er resultat av en omorganisering som tredde i kraft fra og med 1. februar 2023. I omorganiseringsprosessen ble all produkt- og merkevareutvikling i VOICE skilt ut i en egen avdeling; VOICE Brands. Tidligere var produkt- og merkevareutvikling organisert under hver av de tre butikkkjedene, som historisk

har hatt eksklusiv rett til å selge 'sine' merkevarer i egen kjede. Selv om flere av merkevarene fortsatt vil være eksklusive for enkelte VOICE-kjeder er omorganiseringen et ledd i å styrke arbeidet med produkt- og merkevareutvikling i VOICE, samt å sikre koordinert og ansvarlig sourcing og produksjon på tvers av våre 13 merkevarer. I tillegg er det en ambisjon for VOICE Brands å utvikle sterke merkevarer som også kan selges engros til retail-aktører utenfor VOICE-gruppen, både i Norge og internasjonalt. Omorganiseringen skal også bidra til å ytterligere styrke VOICE sin butikkvirksomhet, for å bedre butikkdrift og service i møte med kundene som hver dag besøker våre mer enn 202 butikker over hele landet.

## STYRING OG LEDELSE

VOICE sin ledergruppe og styre utgjør samlet



det øverste styringsorganet i virksomheten med overordnet ansvar for beslutninger og ledelse av virksomhetens drift og utvikling. Selv om det formelt sett ikke er noe evaluering av ledergruppen og styret, er deres engasjement og ansvarlighet helt grunnleggende verdier for vår daglige drift. Ledere bærer et særlig ansvar for å etterleve og fremme disse verdiene.

## KOMPENSASJON AV ØVERSTE STYRINGSORGAN

Prosessen for å fastsette lønninger for styret og ledergruppen i VOICE er basert på markedsreguleringer, ansvar, nøkkelkompetanse og ansiennitet. Lønn og betingelser fastsettes av styret og økonomidirektør, med innspill fra HR-avdelingen. VOICE har ikke en egen retningslinje for å tilby tilleggskompensasjon

til styret og ledergruppen utover lønn, selskapets bonusordning og våre faste ansattgoder. Lønnsjusteringer for ledergruppen gjennomføres årlig i henhold til selskapet sin lønnsjusteringsprosess. Bonusordningen, inkludert innhold og omfang besluttes årlig av styret, på bakgrunn av planer for drift og utvikling av selskapet. Total lønn inkluderer total kompensasjon, mens lønnsvekst inkluderer reell lønnsvekst for alle ansatte i selskapet.

Pensjonsordningene i selskapet er i samsvar med lokal lovgivning og skiller ikke mellom ansattgrupper. Pensjonsavtalene er rene innskuddsordninger og medfører ingen større risiko. Det finnes noen gamle ordninger som er en del av tidligere oppkjøp. Disse er lukket for nye medlemskap.



# Ledergruppe



Administrerende direktør  
**Johnny Ottesen**

Økonomi og IT  
**Bjørn Unnerud**



Retail  
**Lise Falkenberg**



Brands  
**Marie H. Haavardsholm**



HR og kommunikasjon  
**Ole Kristian Lindseth**



Supply Chain  
**Petter Nyheim Larsen**



Strategi og forretningsutvikling  
**Tore Røysheim**



Ledergruppen i VOICE består av direktørene for Økonomi og IT, Retail, Brands, HR og kommunikasjon, Supply Chain, og Strategi og forretningsutvikling, og ledes av Administrerende direktør, Johnny Ottesen.

VOICE sin ledergruppe har det overordnede ansvaret for virksomhetens drift, utvikling og resultatoppnåelse. Bærekraft er organisert som en egen seksjon i VOICE Supply Chain, og representert i ledergruppen ved direktør for Supply Chain.

Ledergruppen har videre ansvar for å vedta virksomhetens operasjonelle retningslinjer som skal sikre etterlevelsen av VOICE sin policy for bærekraftig forretningspraksis, og andre lovmessige og

prinsipielle bestemmer som er vedtatt av styret. Dette inkluderer for eksempel virksomhetens reisepolicy, detaljerte retningslinjer og krav for våre leverandører, løpende utvikling av VOICE sin HMS-håndbok, for å nevne noe.

VOICE sin ledergruppe har også det strategiske ansvaret i virksomheten, og eier relevante strategier og planer på bærekraftsområdet, deriblant VOICE sin bærekraftsstrategi og klimastrategi.

## STYRET

VOICE sitt styre består av fire representanter valgt av eier, samt to ansattrepresentanter valgt av og blant selskapets ansatte.

Styrets viktigste oppgaver er å:

- sørge for forsvarlig organisering av virksomheten
- fastsette planer og budsjetter for selskapets virksomhet
- føre tilsyn med daglig ledelse og selskapets virksomhet og holde seg orientert om selskapets økonomiske stilling
- påse at virksomhet, regnskap og formuesforvaltning er gjenstand for betryggende kontroll
- sikre at selskapet overholder gjeldende regler, lover, og forskrifter, herunder at nødvendige interne kontrollprosesser og rutiner er på plass

Overordnede policyer og retningslinjer for VOICE sitt arbeid med ansvarlighet og bærekraftig forretningspraksis er følgelig vedtatt av

VOICE sitt styre. I tillegg er styret ansvarlig for å beslutte særlig prinsipielle føringer og krav for virksomheten. Eksempler på slike føringer er virksomhetens antikorrupsjonspolicy, GDPR-policy, fullmaktstruktur med flere.

Det har ikke blitt registrert brudd på lover og regler i 2023, ei heller har Voice Norge AS fått bøter eller sanksjoner fra myndighetene.

Ledergruppen har blant annet drøftet og gitt innspill til utformingen av interessent- og vesentlighetsanalysen, som ligger til grunn for rapporteringen og VOICE sine aktsomhetsvurderinger. Representanter for ledergruppen har også hatt ansvar for å gi innspill til og utforme relevante deler av rapporten for sitt ansvarsområde, deriblant HR og kommunikasjon, Brands og Retail. Ledergruppen har også gjennomgått og godkjent den endelige rapporten før publisering.



# Bærekraftsavdeling


Ansvar for den faglige og strategiske ledelsen av bærekraftsarbeidet i VOICE er hos leder for bærekraft, som leder bærekraftsavdelingen med et team på ytterligere tre ansatte. Teamet jobber med øvrige fagledere og ansatte på alle nivåer og på tvers av hele VOICE-organisasjonen. Bærekraftsavdelingen veileder og støtter gjennomføringen av vedtatte tiltak i bærekraftsstrategien, for å realisere vedtatte mål og ambisjoner, samt identifisere kompetansebehov og faglige utviklingsområder på bærekraftsområdet.

I 2022 ble bærekraftsavdelingen flyttet fra å være underlagt HR- og kommunikasjonsavdelingen til å bli en del av Supply Chain-avdelingen. Dette har sammenheng med den større omorganiseringen av VOICE som ble ferdigstilt 1. februar 2023. Det har også vært et ønske om å integrere bærekraftsavdelingen nærmere, med kjerneoppgaver som produktutvikling, sourcing og leverandøroppfølging. Flyttingen av bærekraftsavdelingen har ført til et tettere samarbeid med Sourcing-teamet, og har bidratt til en sterkere integrasjon av bærekraft i oppgaveløsningen rundt design, produktutvikling, sourcing og logistikkstyring. En viktig faktor i dette er at bærekraftsleder nå er en del av ledergruppen i Supply Chain-avdelingen sammen med lederne for Sourcing og Supply Chain Management.

Bærekraftsteamet har i 2023 også fått vesentlig økt kapasitet, gjennom ansettelsen av to nye bærekraftsrådgivere. Dette innebærer at bærekraftsavdelingen ved utgangen av 2023 består av fire ansatte. Disse ansettelsene var strategisk viktige for å styrke VOICE sin kapasitet og kompetanse på bærekraftsområdet.

Uavhengig av organisatorisk tilknytning etablerer bærekraftsavdelingen tett samarbeid med alle avdelinger i organisasjonen. Dette anser vår bærekraftsstrategi og klimastrategi. Se figur 1. Bærekraftsavdelingen skal blant annet bidra til at de ulike virksomhetsområdene har et godt grunnlag for å fatte gode beslutninger i implementeringen av bærekraftstrategien, sikre medvirkning og deltakelse i utforming og beslutninger om gjennomføring av bærekraftstiltak, og også støtte den generelle kompetansehevingen i organisasjonen gjennom kommunikasjonstiltak og kurs.

Et viktig redskap i dette arbeidet er VOICE sitt bærekraftsnettverk, kalt 'Green Power Initiativet', som ble etablert i 2023. Bærekraftsnettverket består av 23 medlemmer og ledergruppen. Medlemmene er fra alle deler av VOICE-organisasjonen, inkludert butikkledere og representanter fra HR, design, produktutvikling, Supply Chain, økonomi, sourcing og retail. Bærekraftsnettverket møtes



fire ganger i året til et halvdagsseminar. Seminarene består som regel av faglig påfyll, etterfulgt av gruppearbeid. Formålet med nettverket er å øke bevisstheten om bærekraft blant ansatte i VOICE og skape engasjement for bærekraftsarbeidet. Nettverksmedlemmene har igangsatt prosjekter innenfor temaene produktutvikling, engasjement og markedsføring.



# Styringsgruppe for bærekraft

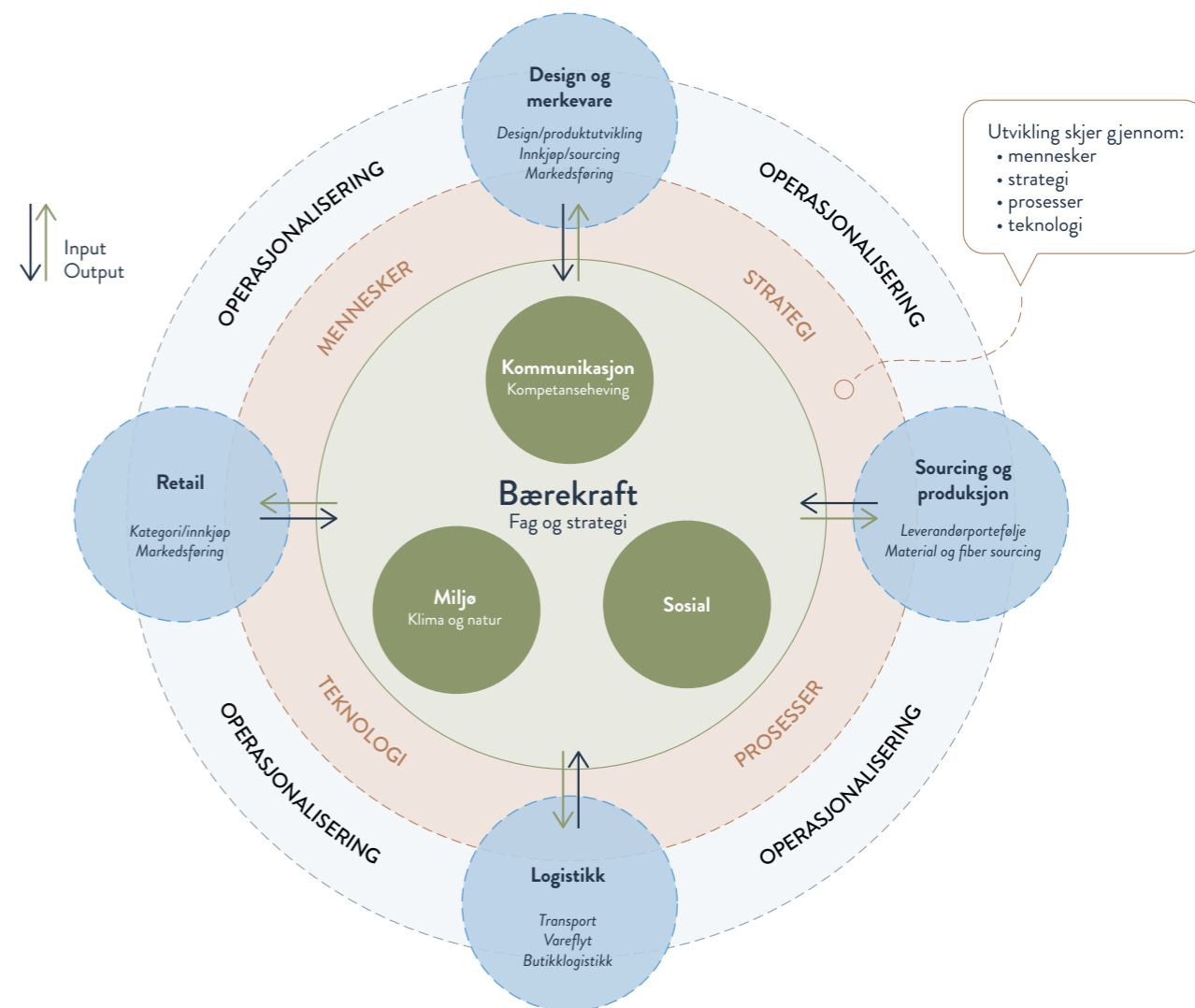
VOICE sin bærekraftsstrategi er omfattende og krever betydelig innsats fra alle deler av virksomheten. Det er samtidig ikke mulig å løse alle oppgaver på en gang. Å realisere ambisjonene i bærekraftsstrategien vil kreve strategisk arbeid over tid, inkludert tydelige prioriteringer rundt rekkefølge av tiltak, og identifisering av stadig nye tiltaksområder etter hvert som arbeidet utvikles.

Frem til nå har ledergruppen i VOICE også fungert som styringsgruppe for bærekraftsarbeidet. Dette har vært viktig i en periode med etablering av ny organisering, og viktige diskusjoner og beslutninger rundt VOICE sin klimastrategi, utvidelse av bærekraftsteamet og prioriterte strategiske tiltak i 2023.

Det er samtidig identifisert et behov for enda tydeligere medvirkning og deltakelse fra operative beslutningstakere på tvers av VOICE-organisasjonen for å sikre rett utforming av planlagte tiltak, involvering av rette medarbeidere i gjennomføringen av tiltakene, og rett prioritering av hvilke tiltak som skal igangsettes på ulike tidspunkt.

Det er derfor besluttet å etablere en styringsgruppe for bærekraftsarbeidet i 2024. VOICE sin ledergruppe vil fortsatt ha det formelle eierskapet til virksomhetens bærekraftstrategi og klimastrategi, og det overordnede ansvaret for å levere på disse.

Styringsgruppen for bærekraft vil være sammensatt av nøkkelpersoner med et operativt ansvar fra de ulike virksomhetsområdene som vist i figur 1, og ledes av bærekraftsleder. Medlemmene av styringsgruppa vil ha som oppgave å fungere som en bro mellom egen del av organisasjonen og eget virksomhetsområde og styringsgruppen for bærekraft, for å sikre at gjennomføringen av VOICE sin bærekraftsstrategi blir integrert med øvrig oppgaveutførelse på en god måte. Dette skal igjen bidra til å sikre at bærekraftsarbeidet i VOICE ikke er noe som ligger på siden av kjerneoppgavene i VOICE, men blir en naturlig del av disse.



Figur 1 | Bærekraftsavdelingens rolle i gjennomføringen av VOICE bærekraftsstrategi



## Medlemmer av bærekraftsteamet

**LEDER BÆREKRAFT** rådgir ledergruppen og styret i utviklingen av retningslinjer og strategier som er gjeldende for virksomheten, og har det faglige og operasjonelle ansvaret for å lede implementeringen av besluttede tiltak i VOICE sin bærekraftsstrategi og klimastrategi. Leder for bærekraft har også ansvaret for å sikre at løpende aktsomhetsvurderinger blir gjennomført i tråd med kravene i åpenhetsloven og OECDs retningslinjer. Rollen leder også arbeidet med utformingen av VOICE sine bærekraftsrapporter med årlig oppdateringer.

**SENIORRÅDGIVER BÆREKRAFT** har fagansvar for leverandøroppfølging for å sikre etterlevelse av våre grunnleggende krav til våre leverandører, samt påvirke til kontinuerlig forbedring av leverandørenes inspeksjonsresultater knyttet til sosiale forhold i produksjonen av VOICE merkevarer.

**RÅDGIVER FOR KLIMA OG MILJØ** har ansvaret for å utarbeide VOICE sitt klimaregnskap, fungerer som miljøfyrtårn-ansvarlig, og har ansvar for å identifisere og lede prosjekter som skal bidra til å sikre oppnåelsen av virksomhetens utslippsreduksjonsmål. Stillingen har også det faglige ansvaret for implementeringen av identifiserte tiltak i VOICE sin klimastrategi, som gjennomføres i tett samarbeid med ansvarlig virksomhetsområde. Rollen har ansvar for å kartlegge miljøpåvirkning i produksjonen av VOICE sine varemerker og følge opp hvordan leverandører jobber med klima og miljø.

**RÅDGIVER FOR SOSIAL BÆREKRAFT** har ansvaret for å gjøre løpende aktsomhetsvurderinger knyttet til menneskerettigheter og de sosiale forholdene i produksjonen av VOICE sine merkevarer, og jobbe med løpende leverandøroppfølging for å sikre etterlevelse av våre krav sammen med seniorrådgiver bærekraft. Stillingen har videre det faglige ansvaret for å identifisere og lede prosjekter som kan bidra til å sikre bedre sporbarhet, kontroll og oppfølging av og støtte til våre leverandører.



# Vår verdikjede

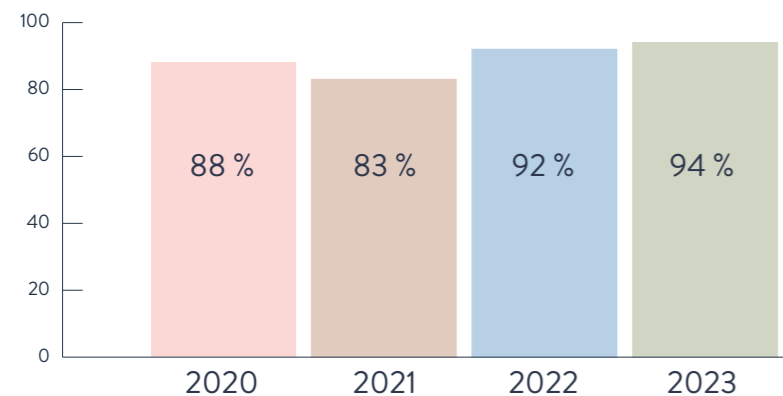
I 2023 hadde VOICE produksjon av egne merkevarer i 101 fabrikker. Av disse var 66 % basert i Kina, mens Bangladesh og Tyrkia stod for henholdsvis 12 % og 9 % av leverandørporteføljen. De resterende 12 % fordeles mellom Italia, Pakistan, India, Sverige og Sør-Korea. Se kart.

Dette speiler en geografisk diversifisering av produksjonsbasen, med en betydelig andel i Kina. Bangladesh skiller seg ut med færre, men større vertikale fabrikker der en rekke produksjonsprosesser samlokaliseres. Kina derimot, karakteriseres av en mer spesialisert tilnærming til produksjonen, hvor fabrikkene spesialiserer seg på enkelte prosesser. Dette reflekteres også i gjennomsnittlig antall ansatte per fabrikk, som varierer fra 130 i Kina til 5 000 i Bangladesh, og indikerer forskjeller i fabrikkenes størrelse og produksjonsvolum.

I Tyrkia er produksjonen rettet mot spesifikke produktkategorier som denim og sokker, hvor VOICE har utviklet et langvarig samarbeid med en stabil leverandørbase. Dette understreker selskapets strategi for å dekke særegne behov gjennom nøye utvalgte partnerskap i ulike geografiske regioner.

## ANDEL ØRSTELEDDSLEVERANDØRER (TIER 1) SOM VOICE HAR SAMARBEIDET MED I MER ENN TRE ÅR

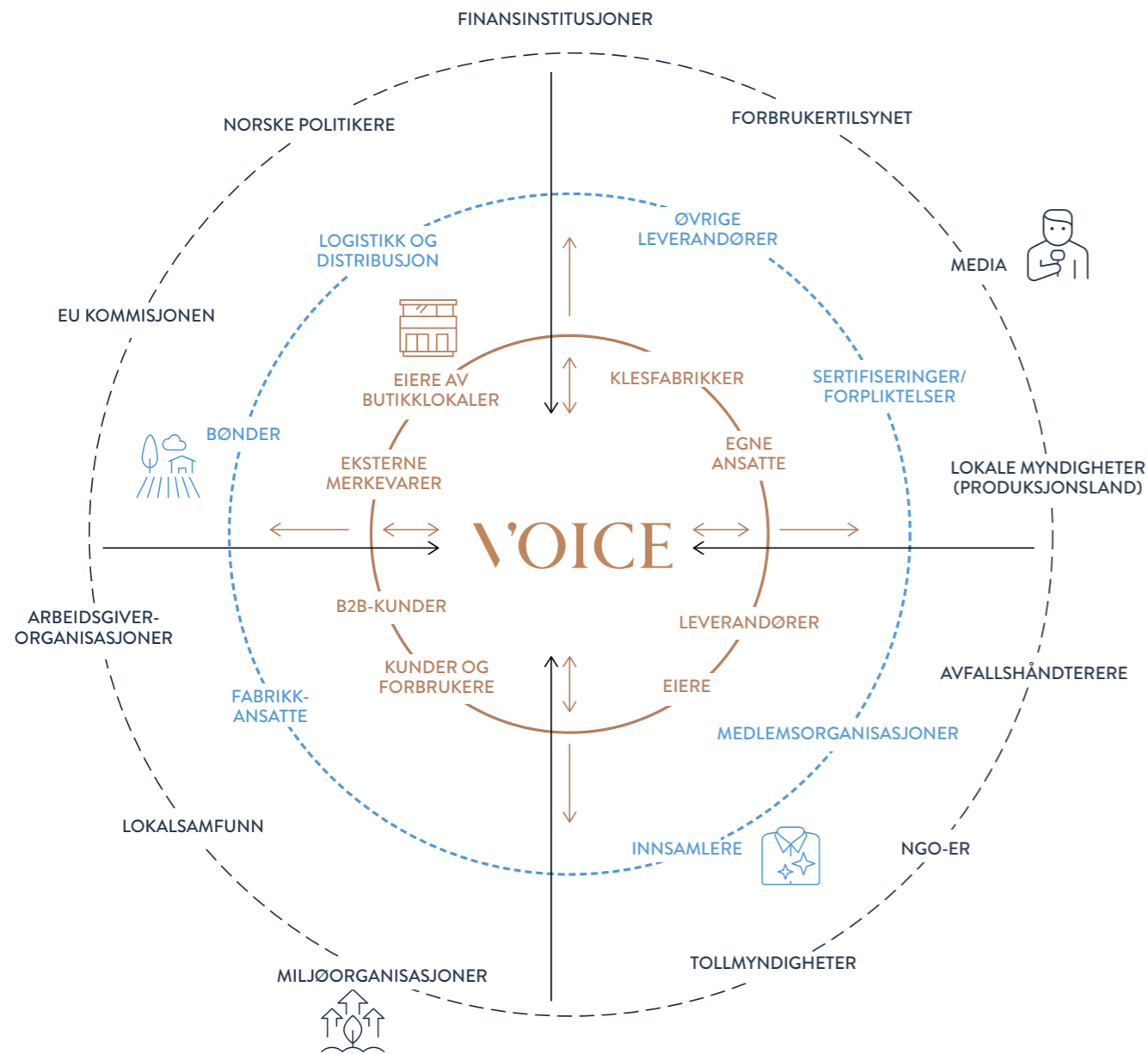
Vi har et mål om å ha langsiktige og forutsigbare forretningsforhold med våre leverandører, der utskiftingsrate ikke overstiger 20 % årlig.



# Vår produksjon



# Interessent- og vesentlighetsanalyse



## INTERESSENER - FORDI GODE RESULTATER OPPNÅS I SAMARBEID

Interessenter representerer en sentral del av VOICE sitt økosystem. Disse individene og gruppene, som omfatter både interne og eksterne aktører, spiller en nøkkelrolle i vår organisasjon. De påvirker og blir påvirket av VOICE sine resultater, beslutninger og handlinger. Som vår interessentillustrasjon viser, varierer forholdet mellom VOICE og hver interessentgruppe, noe som understreker mangfoldet og kompleksiteten i disse samspillene.

I VOICE har vi prioritert å gjenkjenne og forstå hver av våre interessenters unike rolle. Denne innsikten er avgjørende for effektiv interessentstyring, som ikke bare fremmer tillit og styrker våre forbindelser, men også sikrer vår evne til å tilpasse oss og skape vedvarende verdi i en stadig skiftende verden. Gjennom å anerkjenne og engasjere våre interessenter, legger vi grunnlaget for kontinuerlig vekst og suksess i alle aspekter av vår virksomhet.

Illustrasjonen viser hvem våre interessenter er, og fremhever viktigheten av disse interessentene i vår virksomhet. God interessentstyring legger vekt på viktigheten av tillit og samarbeid for kontinuerlig fremgang.

### FØRSTE LEDD

Disse interessentene har høy involveringsgrad i virksomheten, og er en viktig ressurs for VOICE. Interessentene har et særegent forhold til VOICE, med gjensidig interesse og godvilje mellom partene. Forholdet mellom interessentene og VOICE er viktig, og det er interessentene i første ledd som har særegen betydning for VOICE som virksomhet, herunder arbeidsgiver, kunde, forhandler og samarbeidspartner.

### ANDRE LEDD

I andre ledd finner vi en gruppe interessenter VOICE enten må holde informert, fornøyd eller samarbeide med. Disse interessentene dekker et behov hos VOICE, som leverandører av en spesifikk tjeneste eller produkt. Interessentene i ledd to har også en viss innflytelse på VOICE, og det finnes behov for gjensidig samarbeid. I motsetning til første ledd, er interessentene i andre ledd noe enklere å erstatte.

### TREDJE LEDD

Interessenter i tredje ledd er individer eller grupper VOICE er nødt til å forholde seg til. Det vil si at de potensielt kan ha stor innvirkning på våre aktiviteter og drift. Til tider stiller interessentene i tredje ledd krav til virksomheter som VOICE. Dette kan eksempelvis være myndighetene i Norge, EU eller i produksjonsland, eller fra media, og NGO-er som har som mål å fremme dialog om levedyktig lønn. Det er viktig og bra at disse interessentene finnes og at de blir identifisert. Samarbeid og dialog med interessenter i tredje ledd skaper en bredere forståelse av områder utenfor VOICE sin direkte kontroll.



## FOR Å SKAPE KLARHET OM HVEM INTERESSENTENE VÅRE ER, HAR VI DEFINERT DEM SOM FØLGENDE:

- **Egne ansatte:** Personer som arbeider direkte for organisasjonen og bidrar til dens daglige drift og suksess.
- **Klesfabrikker:** Fabrikker som spesialiserer seg i produksjon av klær og tekstilprodukter. Dette er fabrikker også utover førsteleddsleverandører (tier 1).
- **Leverandører:** Foretak som forsyner organisasjonen med nødvendige varer og tjenester. I dette tilfellet refererer vi til ørsteleddsleverandører (tier 1) som visst på figur 3 på side 73.
- **Eiere:** Individer eller grupper som besitter eierandel i Voice Norge AS og har investeringsinteresser.
- **Kunder og forbrukere:** Individer eller grupper som kjøper og bruker produkter fra kjedekonseptene til VOICE.
- **B2B-kunder:** Bedrifter som er VOICE kunder. Disse kjøper varer fra VOICE og selger i egne butikker og kjedekonsepter.
- **Eksterne merkevarer:** Uavhengige merkevarer som VOICE kjøper klær av, og selger hos egne kjedekonsepter.
- **Eiere av butikkløkaler:** Personer eller selskaper som eier de fysiske stedene der VOICE produkter selges.
- **Fabrikkansatte:** Personer ansatt i fabrikker, som lager varene vi selger i våre butikker.
- **Bønder:** Individer som driver med landbruk, eksempelvis de som dyrker og plukker råvarer som bomull.
- **Logistikk og distribusjon:** Tjenester og bedrifter som håndterer transport og levering av VOICE sine varer.
- **Øvrige leverandører:** Ytterligere leverandører som tilbyr spesialiserte eller diverse varer og tjenester til organisasjonen.
- **Sertifiseringer og forpliktelser:** Standarder og sertifiseringer VOICE benytter i produksjon av våre produkter, eksempelvis Better Cotton, GOTS, RWS og Eco Vero.
- **Medlemsorganisasjoner:** Grupper eller organisasjoner som VOICE er en del av eller samarbeider med, eksempelvis Handelens Miljøfond, STICA og VIRKE. Du kan finne en totaloversikt under avsnittet om samarbeid og medlemskap.



- **Innsamlere:** Virksomheter som samler inn varer, ofte for gjenbruk, resirkulering eller veldedighet.
- **Miljøorganisasjoner:** Grupper som arbeider for å beskytte miljøet.
- **Lokalsamfunn:** Menneskene og gruppene som lever i nærheten av VOICE sine virksomheter og kan bli påvirket av dem. Her referer vi eksempelvis til fabrikkene og stedene der materialene vi bruker i våre produkter fremstilles, lages og dyrkes.
- **Arbeidsgiverorganisasjoner:** Foreninger som representerer og støtter interessene til arbeidsgivere i ulike industrier.
- **EU-Kommisjonen:** Den utøvende grenen av Den Europeiske Union, ansvarlig for å foreslå lovgivning, implementere beslutninger, og opprettholde EU-traktater.
- **Norske myndigheter:** Offentlige institusjonene i Norge som har ansvar for å styre landet, lage og håndheve lover, samt administrere offentlige tjenester og politikk.
- **Finansinstitusjoner:** Banker og økonomiske virksomheter som tilbyr finansielle tjenester som lån, investeringer og forsikring.
- **Forbrukertilsynet:** En offentlig etat som overvåker at markedsførings- og handelspraksis er rettferdig og i tråd med forbrukerlovgivningen.
- **Media:** Kommunikasjonskanaler og plattformer som rapporterer nyheter, informasjon og meninger, som potensielt påvirker offentlig oppfatning.
- **Lokale myndigheter i produksjonsland:** Offentlige organer i de landene hvor VOICE sine produkter og materialer blir produsert, med ansvar for regulering og overvåkning.
- **Avfallshåndterere:** Bedrifter som håndterer avfallsgenerering, innsamling, behandling, gjenbruk eller bortskaffelse.
- **NGO-er:** Ikke-statlige organisasjoner som opererer på en rekke felt, ofte med fokus på sosiale, miljømessige eller humanitære spørsmål.
- **Tollmyndigheter:** Statlige etater ansvarlige for å regulere og overvåke import og eksport av varer gjennom grensekontroller.

## Vesentlighet

### - FORDI STRATEGI HANDLER OM PRIORITERINGER

Noen temaer innen bærekraft har større betydning enn andre for VOICE og våre interessenter.

Det er gjennom de vesentlig temaene vi virkelig kan gjøre en forskjell. Ved å konvertere risikoer til muligheter, og skape positiv endring utvikler vi oss videre som bedrift, arbeidsgiver og industri.

I VOICE skal vi ta en proaktiv rolle med tanke på hvilke påvirkninger selskapet vårt har på verden rundt oss og på tvers av vår verdikjede.

Strategi handler om valg, og i arbeidet med vår bærekraftstrategi har vi gjennom en vesentlighetsanalyse, identifisert temaer der VOICE har mest påvirkning innen sosiale- og miljømessige forhold, samt styring og økonomi (ESG). Omverden og herunder også våre interessenter har forventninger til VOICE som vi tar på alvor.

Vi anerkjenner utfordringene og mulighetene vi har til å påvirke. Imidlertid er dette noe vi ikke kan løse alene. Samarbeid er grunnlaget for å lykkes med å sikre trygge verdikjeder, ansvarlig produksjon og reduserte utslipp.

I forbindelse med utarbeidelsen av VOICE sin bærekraftstrategi i 2018, for perioden 2019–2023, ble det gjennomført en med-

arbeiderundersøkelse for å avdekke hva VOICE sine ansatte ønsket at selskapet skulle fokusere på i årene fremover.

Svarene fra denne undersøkelsen ble brukt i workshops, der de ansatte sammen med ledergruppen identifiserte ni fokusområder. Gjennom denne prosessen ble temaene; sporbarhet, arbeidsforhold i leverandørkjeden, ansvarlig innkjøpspraksis, kjemikalier, vann, bærekraftige materialer, bærekraftig emballasje og merking, CO<sub>2</sub> og energi, informasjon og åpenhet vurdert til å ha mest betydning for VOICE. Siden er flere temaer identifisert ble flere temaer inkludert som vesentlige for VOICE, og av høy interesse for eksterne interessenter. Alle temaene er vurdert, og illustrert i vesentlighetsmatrisen på neste side. Per 2023 er disse temaene avgjørende for VOICE som bedrift og for tekstilindustrien ellers å jobbe med. Temaene som fremstilles i vesentlighetsmatrisen er naturligvis tett forbundet med VOICE sin bærekraftstrategi, noe vi kommer tilbake til i denne rapporten under avsnittet om utformingen og implementeringen av strategien.

Det er med en klar og strategisk forståelse vi anerkjenner at disse temaene er tett knyttet sammen og avhenger av hverandre. En effektiv

tilnærming til hvert tema krever en helhetlig betraktning av deres samspill. Isolerte tiltak vil ikke yte langsiktig og helhetlig effekt.

Det er essensielt å påpeke at hvert enkelt tema i denne vesentlighetsmatrisen er kritisk for vår virksomhet. Selv om noen aspekter har en mer direkte effekt på vår økonomiske prestasjon,

samfunnsmessige bidrag og miljøpåvirkning, og selv om disse aspektene kan engasjere våre interessenter i større grad, er det viktig å forstå at hvert tema vi har identifisert er nøye valgt og spiller en viktig rolle i vår helhetlige bærekraftstrategi.



# Bærekraft i VOICE

Ansvarlighet er en av våre viktigste verdier i VOICE. En ansvarlig selskapskultur og virksomhetsdrift innebærer å reelt klare å ivareta hensynet til mennesker, miljø og samfunn i alt vi gjør. Bærekraftsarbeidet i VOICE er derfor sentralt for at virksomheten skal klare å leve ut ansvarlighet i praksis.

Bærekraft er også et prioritert område i VOICE sin overordnede virksomhetsstrategi. I denne står det at 'VOICE skal aktivt bidra til å skape en mer bærekraftig verden'. Dette er en ambisjon som forplikter.

Til grunn for alt vårt arbeid med bærekraft ligger Brundtlandkommisjonen sin definisjon av bærekraftig utvikling:

*«Bærekraftig utvikling er utvikling som tilfredsstiller dagens behov uten å ødelegge fremtidige generasjoners muligheter til å tilfredsstille sine behov»*

Our Common Future, 1987



Denne definisjonen står seg fortsatt i dag, og fremhever ansvaret vi bærer for ikke bare vår egen tid, men også for generasjonene som følger. Som Gro Harlem Brundtland innsiktsfullt bemerket: 'alt henger sammen med alt'. En slik forståelse er også sentral i bærekraftsarbeidet i VOICE; bærekraft handler om alt – og alt handler om bærekraft. Alle valgene vi tar i VOICE har potensiale til å bidra positivt eller negativt til å skape en mer bærekraftig verden.

Brundtlandkommisjonens rapport understreker samtidig at miljøet er fundamentet for alle levende skapninger og at utvikling er målet vi streber etter innenfor miljøets bærende grenser – de to er uatskillelige og definerer vår felles fremtid<sup>2</sup>.

VOICE sin virksomhetsstrategi reflekterer vårt engasjement for bærekraft, og omhandler to bidrag der vi kan gjøre en betydelig forskjell. For det første legger vi vekt på å 'forbedre rettigheter og arbeidsvilkår for ansatte hos [våre] leverandører og samarbeidspartnere'. For det andre fokuserer vi på å 'reduere miljø- og klimabelastningen fra vår virksomhet'. Parallelt med dette, sikter vi mot å vedvare vår økonomiske suksess ved å tilby unike og attraktive motekonsepter og produkter. Disse produktene kjennetegnes av høye standarder for bærekraft og ansvarlighet, noe som understreker vårt forpliktende engasjement for en mer bærekraftig fremtid.

<sup>2</sup>Brundtland-kommisjonen, 'Vår felles framtid', 1987.





# VOICE bærekraftstrategi

VOICE sin bærekraftstrategi er et omfattende dokument. Samtidig er denne mer enn en plan med mål og tiltak, og snarere en visjon for hvordan VOICE skal fungere i fremtiden, og lykkes med å trekke det miljømessige, sosiale, økonomiske og styringsmessige aspektet inn i kjernen av vår organisasjon.

Utover å jobbe for å sikre ansvarlig produksjon og redusere miljøpåvirkningen fra vår egen virksomhet ønsker vi å bruke vår påvirkning til å drive positiv utvikling og endring i den globale verdikjeden for klær. Selv om VOICE er en stor aktør i norsk sammenheng, er vi svært små i en global sammenheng. Vi er derfor avhengige av samarbeid med partnere både i og utenfor bransjen for å skape gode løsninger for en mer bærekraftig klesbransje i stort. Et viktig bidrag i dette er også at vi som selskap må være åpne om utfordringene vi står i, hvordan virksomheten vår opererer og fungerer, hvilke leverandører vi bruker, og hvilke løsninger vi tror på og valg vi har tatt i lys av dette.

Dagens bærekraftsstrategi er et resultat av flere runder med utvikling og revisjoner etter hvert som bærekraftsfaget har utviklet seg.

VOICE ble medlem av Etisk Handel Norge allerede i 2003, og har dermed over to tiår erfaring innen bærekraftsarbeidet, ansvarlig innkjøp og leverandøroppfølging. Vår nåværende strategi ble først etablert i 2017, med utgangspunkt i gjennomføringen av en større interessent- og vesentlighetsanalyse i samarbeid med Etisk Handel Norge, og påfølgende strategiprosess. Dette resulterte i en bærekraftstrategi for perioden 2018–2023 med et særlig fokus på sosiale forhold under produksjon av VOICE sine merkevarer, samt kjemikalier, materialbruk og klimautslipp.

Høsten 2021 ble det gjennomført en større revisjon av bærekraftsstrategien for å imøtekomme ytterligere behov for tydeliggjøring av ambisjonsnivå og tiltak på både eksisterende og nye tematiske områder. Strategirevisjonen ble utarbeidet av bærekraftsavdelingen i VOICE med jevnlig deltakelse og diskusjon i VOICE sin ledergruppe. Revidert strategi for perioden 2019–2025 ble endelig vedtatt av VOICE sin ledergruppe i april 2022.

Den reviderte strategien har både en strategisk inndeling, en tematisk inndeling og en tidsmessig

prioritering. Den peker på organisatoriske mål- og utviklingsområder på tvers av utvalgte temaer for å gi retning mot satte mål. Tidslinjen i bærekraftstrategien går fra venstre til høyre, og selv om alle temaene i strategien er viktige, er det avhengigheter som fører til at enkelte temaer har større prioritet i en tidligere fase enn andre. Det er også ulik modenhet – både organisatorisk internt i VOICE, men også regulatorisk – knyttet til ulike temaer. EU lanserte sitt grønne giv<sup>3</sup> og Tekstilstrategi<sup>4</sup> i henholdsvis 2019 og 2022, men mange detaljer i reguleringene som vil komme som følge av dette mangler ennå.

Det er imidlertid viktig å påpeke at strategiens tidslinje ikke indikerer at arbeidet med temaene på venstre side er avsluttet. Tvert imot. Vårt arbeid med aspekter som sporbarhet, innkjøpspraksis og arbeidsforhold er en løpende prosess som stadig utvikles.

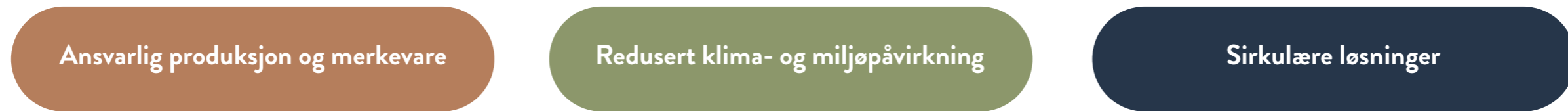
Hvordan VOICE jobber med mange av disse temaene er beskrevet senere i denne rapporten. Hvert av temaene som er identifisert i interessent- og vesentlighetsanalysen er beskrevet under det aktuelle strategiske området de faller under i VOICE sin strategi.



<sup>3</sup>[https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en)

<sup>4</sup>[https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy\\_en](https://environment.ec.europa.eu/strategy/textiles-strategy_en)

## STRATEGISKE PILARER



## PRIORITERING



## TEMATISKE MÅLOMRÅDER



## ORGANISATORISKE MÅLOMRÅDER



Figur 2 | VOICE bærekraftstrategi 2019–2025

## Strategipilarer

### STRATEGISKE PILARER

Ansvarlig produksjon og merkevare

Redusert klima- og miljøpåvirkning

Sirkulære løsninger

På strategisk nivå skal de tre pilarene bidra til å **gi struktur** til VOICE sitt arbeid med bærekraft. De tre strategiske pilarene rammer inn hovedområdene i VOICE sitt bærekraftsarbeid for å skape en strukturert og tydelig tilnærming til arbeidet. Fordi bærekraft ikke er statisk, men hele tiden under utvikling, skal pilarene kunne tilpasses skiftende forhold og den faglige utviklingen i arbeidet.

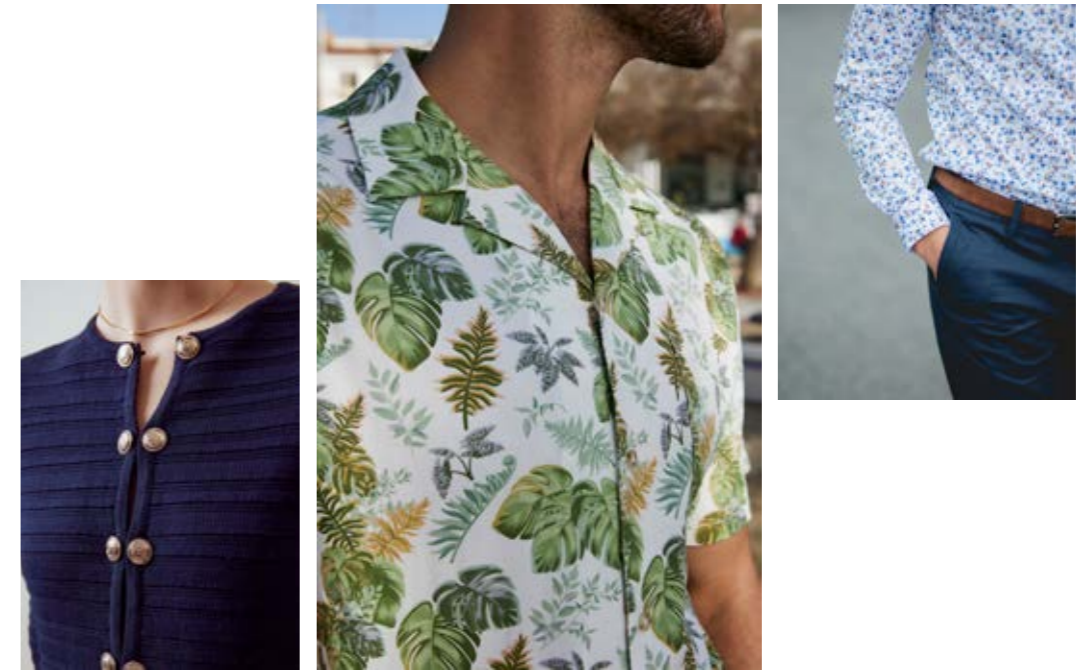
#### ANSVARLIG PRODUKSJON OG MERKEVARE

viderefører mye av det historisk gode arbeidet VOICE har gjort med å stille strenge krav til våre leverandører, sikre gode arbeidsforhold i produksjonen, og trygge produkter til VOICE sine kunder. Samtidig er det en krevende øvelse å oppnå full sporbarhet fra råvare til endelig produkt med utgangspunkt i hvordan verdikjeden for global tekstilproduksjon er etablert. Det er en prioritert oppgave i VOICE å jobbe for enda bedre sporbarhet og verdikjedeoversikt. Etter hvert som dette realiseres vil det også avdekkes ny informasjon som krever

oppfølging for å sikre ansvarlig produksjon. De løpende aktsomhetsvurderingene som gjennomføres i VOICE står sentralt i dette.

#### REDUSERT KLIMA- OG MILJØPÅVIRKNING

er ikke et nytt strategisk område i VOICE, men har fått økt betydning de siste årene. Området fremhever viktigheten av å måle vår miljøpåvirkning, og særlig våre klimautslipp. Vi har jobbet intensivt med dette området det siste året, blant annet gjennom å et klimaragnskap og en klimastrategi for VOICE, og å ansette ansette en egen bærekraftsrådgiver for klima og miljø.



**SIRKULÆRE LØSNINGER** Sirkulære løsninger er et viktig strategisk område i vårt bærekraftsarbeid. I tråd med vår grunnleggende designfilosofi, legger vi stor vekt på kvalitet og varighet i produktene vi lager. Dette er et viktig fundament for sirkularitet, der vi fokuserer på å designe og utvikle klær som varer lenger og som kan gjenbrukes. I denne første fasen prioriterer vi å utforske nye forretningsmodeller som understøtter disse prinsippene. Vi vil fortsette å utvikle og implementere tiltak som styrker bærekraften i vår praksis, inkludert sirkulær design og høy grad av gjenvinnbarhet i produktene vi lager.

VOICE jobber allerede med å definere vår tilnærming til sirkulært design, og det er etablert mål for VOICE sin bruk av resirkulerte fibre frem mot 2030. Dette området vil utvikles i tiden frem mot strategiperiodens slutt.



## Tematiske målområder

De tematiske målområdene **setter retning** for strategiske beslutninger knyttet til fagtemaer innenfor bærekraftsområdet. Dette er spesifikke, målbare områder som utgjør hovedtemaene VOICE skal jobbe med for å oppfylle våre strategiske pilarer. Eksempelvis er det under temaet *Arbeidsforhold og lønn* definert mål og tiltak for det aktuelle temaet. Tilsvarende, under den

strategiske pilaren for *klima- og miljøpåvirkning* har vi definert mål om utslippsreduksjon for 'scope 1, 2 og 3'. Mange av de tematiske målområdene gjenspeiles i vesentlighetsmatrisen. Samtidig favner enkelte vesentlige temaer fra vesentlighetsmatrisen flere temaer i strategien, deriblant produktdesign og markedsføring.

### TEMATISKE MÅLOMRÅDER

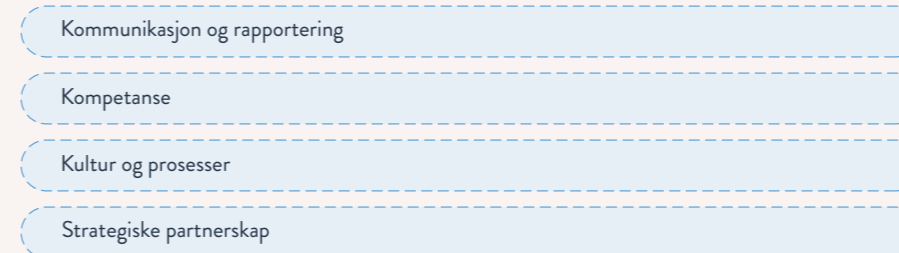


## Organisatoriske målområder

De organisatoriske målområdene definerer mål og tiltak for hvordan VOICE skal **utføre** vår bærekraftstrategi. De omhandler, ferdigheter, kommunikasjonsstrategier, kultur og prosesser som må harmoneres for å realisere de tematiske

målområdene. For eksempel vil området *Kommunikasjon og rapportering* beskrive hva VOICE må gjøre for å sikre effektiv kommunikasjon om bærekraftsarbeidet og resultater både internt og eksternt.

### ORGANISATORISKE MÅLOMRÅDER



VOICE sin bærekraftsstrategi er designet for å sikre at virksomheten klarer å manøvrere i et stadig mer komplekst faglig og regulatorisk landskap. Den tilrettelegger for kontinuerlig tilpasning over tid, samtidig som alle viktige elementer i bærekraftsarbeidet blir grundig håndtert og ivaretatt.

# Ansvarlig produksjon og merkevare

## Sporbarhet

Sporbarhet er en grunnleggende forutsetning for å følge opp leverandører, produsenter og andre underleverandører som er involvert i produksjonen av VOICE sine klesprodukter.

Tekstilproduksjon har en svært kompleks verdikjede, som strekker seg over flere kontinenter, på tvers av land og regioner. Tradisjonelt har hver aktør i verdikjeden forholdt seg til sine direkte leverandører, også i henhold til kravstillinger og tilsyn. Direkte leverandører har båret et 'delegert ansvar' for å sikre etterlevelse av krav stilt fra innkjøpere.

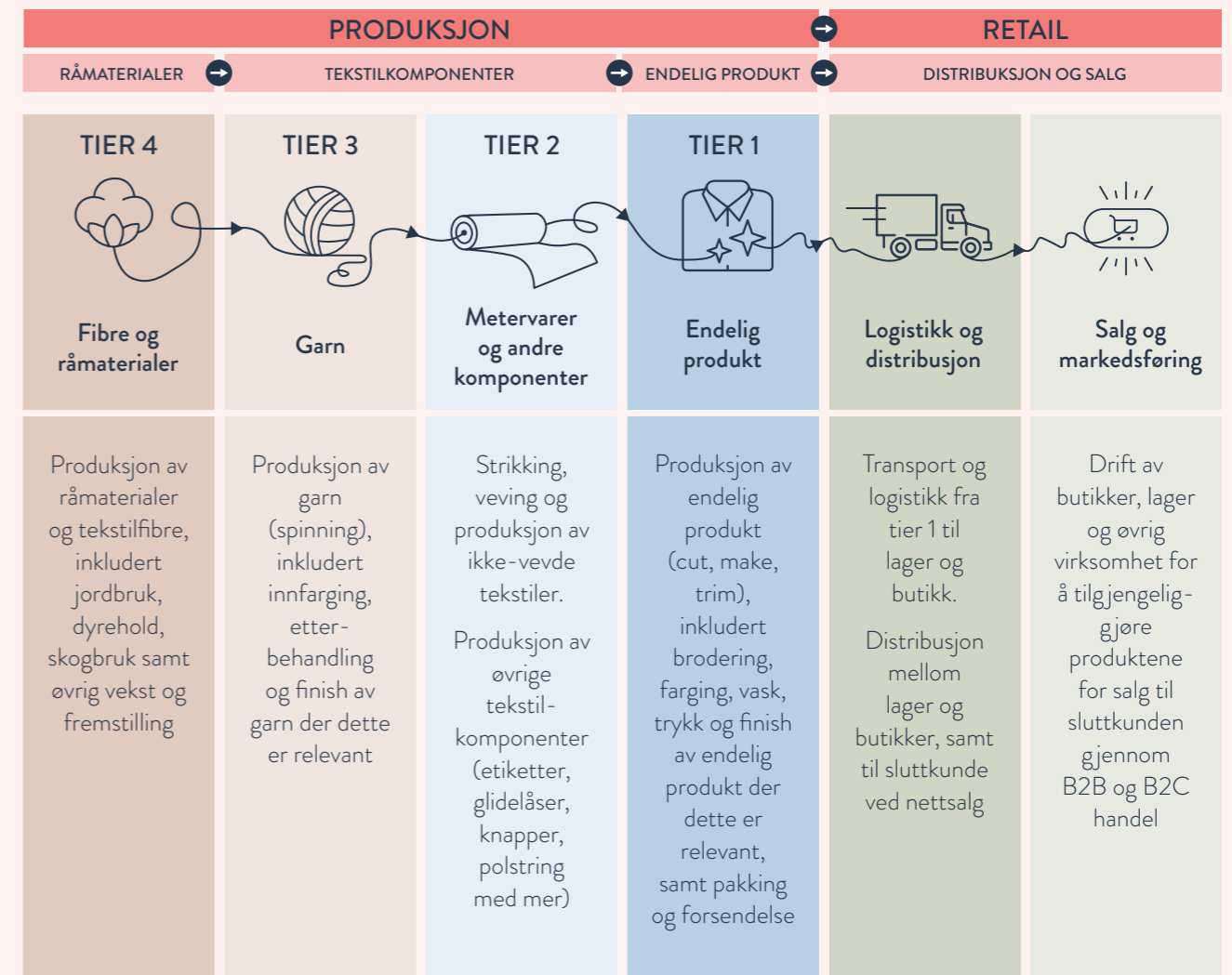
Dessverre har det med tiden blitt avdekket negative forhold i verdikjeden, der dette ansvaret ikke har blitt ivaretatt på forventet vis. Dette gjelder både ansvarlige arbeidsforhold, menneskerettigheter og miljøpåvirkning. Funnene som har blitt gjort av NGO-er, produsenter og andre organisasjoner, har ført til et endret syn om hvilke kontrollmekanismer som er nødvendige for produsenter å iverksette for bedre kontroll. For å sikre at våre krav ikke blir et sett med ord i et dokument, men faktisk respekteres og etterleveres av våre direkte og indirekte leverandører, har vi behov for mer sporbarhet.

Gitt strengere krav fra både norske og europeiske myndigheter, vil det fremover bli nødvendig med enda mer nøyaktig og omfattende informasjon om alle ledd i vår verdikjede. Dette er også en forutsetning for å sikre ansvarlig produksjon og redusere vårt miljøavtrykk.

VOICE sitt mål er derfor å kjenne til alle ledd (tiers) i vår leverandørkjede - fra råvareprodusent til endelig produkt - som utgangspunkt for bedre risikostyring, og som en forutsetning for redusert påvirkning på miljø, samt for å nå våre mål innen utslippsreduksjon.

Dette er en krevende øvelse som forutsetter at vi evner å justere måten vi opererer på, og håndterer VOICE sin leverandørbase over tid.

For å forstå hva vi legger i begrepet sporbarhet, ønsker vi først å se nærmere på verdikjeden vår, og definere de forskjellige leddene, såkalte 'tiers'. Som vist i figur 3 består en verdikjede av tekstiler (i forenklet versjon) av flere steg innen produksjon av materialer og tekstilvarer, logistikk, transport og prosesser. I tillegg inkluderer stegene i verdikjeden også håndtering av ferdige varer som transport, logistikk, distribusjon og salg til forbrukere.



Figur 3 | Verdikjeden for produksjon og salg av klær

Det er viktig å nevne at det finnes ulike tilnærminger for å sikre sporbarhet. I VOICE jobber vi primært med to strategiske tilnærminger:

1. Sporbarhet på råvarenivå gjennom innkjøp av sertifiserte råvarer, herunder i størst mulig grad verifiserbar sporbarhet; og
2. Sporbarhet på leverandør- og fabrikknivå gjennom strategisk sourcing og langsiktige leverandørsamarbeid.

## SPORBARE FIBRE

Sporbarhet på råvarenivå betyr å kjenne til opprinnelsen til materialene (råmaterialets opphav) som inngår i et produkt. Hovedsakelig henviser vi her til tekstilfibrene, som bomull, polyester, viskose og ull. Det vil si hvor og hvordan disse råmaterialene produseres, for eksempel bomullsdyrking, fremstillingen av polyester fra olje eller resirkulert plast, viskoseproduksjon fra trær, og sauehold for ull. Å forstå råmaterialets opphav hjelper oss å sikre at de ikke bidrar til miljøskader som avskoging, dårlig dyrevelferd, eller overforbruk av vann og sprøytemidler. Denne informasjonen er også nødvendig for VOICE sine risikoanalyser, som vurderer miljømessige og sosiale forhold i vår verdikjede.

VOICE sin tilnærming til å sikre sporbare fibre er en ambisiøs fiberstrategi og et økende mål om å bruke utelukkende sertifiserte og sporbare fibre i alle våre produkter. På et overordnet nivå sier vår fiberstrategi at alle råvarer skal være kjøpt inn gjennom en sertifisering eller ordning som sikrer ansvarlig produksjon av den aktuelle fiberen innen 2025. Du kan lese mer om vårt arbeid med ansvarlige materialer under avsnittet om materialer. Samtidig skal vi så langt som mulig kjøpe inn fibre som er sporbare fra råvareprodusent og gjennom verdikjeden. I praksis innebærer dette å benytte sertifiserte sporbare fibre. Å benytte sertifiserte sporbare fibre er også et viktig bidrag til å sikre sporbarhet om aktuelle fabrikker og fasiliteter i

produksjonen. Gjennom såkalt 'chain of custody' sertifisering av en fiber vil det gjennomføres kontroller i hvert produksjonsledd og utstedes dokumentasjon på transaksjonene fra ett produksjonsledd til et annet, helt frem til ferdig produkt.

## SPORBAR KLESPRODUKSJON

Sporbarhet på leverandør- og fabriknivå i leverandørkjeden innebærer kjennskap til alle fabrikker og produksjonsfasiliteter som er involvert i produksjonen av det ferdige klesplagget, inkludert fysisk beliggenhet, og informasjon om arbeidsforhold og miljømessige forhold ved de ulike produksjonsstedene. I praksis innebærer dette å vite hvem, hvor og hvordan alle tekstildelene i et klesplagg er produsert, samt hvor og hvordan eventuelle delprosesser (som for eksempel innfarging eller trykking) er gjennomført.

VOICE sin tilnærming til sporbar klesproduksjon er å spesifisere hvor produksjonen av et klesplagg skjer (altså fabrikker som er en del av verdikjeden til varene vi produserer), samt å kjenne til materialene som er en del av varene, og deres opprinnelse.

VOICE jobber strukturert for å innhente informasjon fra våre leverandører, om deres underleverandører. I valget av nye leverandører er det avgjørende å vurdere hvorvidt de kan bevise at de har en ansvarlig og etisk tilnærming

til sosiale- og miljømessige forhold i egne fabrikker, og ved valg av egne underleverandører. Du kan lese mer om vårt arbeid under avsnittet om ansvarlig innkjøpspraksis.

Mange av VOICE sine leverandører er langsiktige produksjonspartnere som vi har jobbet med lenge – noen i over 25 år. Langsiktige leverandørrelasjoner er viktig også i arbeidet med sporbarhet. Blant annet gjennom å etablere tillitsfulle relasjoner med leverandører som kjenner våre krav og forventninger, opplever vi en forpliktelse til etterlevelse. Samtidig er det naturlig at VOICE sin leverandørportefølje utvikler seg med tiden, i tråd med trender og strategien vår. I dette løpende arbeidet er det prioritert å inngå samarbeid med direkte leverandører, fremfor mellomledd. I tillegg ser vi fordeler innen effektivisering, pris og logistikk av å jobbe med såkalte vertikale leverandører. Ofte innebærer det at sentrale produksjonssteg fra tier 1 til og med tier 3 utføres av samme leverandør, på samme fabrikk eller i umiddelbar nærhet. Viktigst er det at fabrikkoperasjoner styres av én aktør, fremfor flere.

Alle tier 1 fabrikker som produserer klær for VOICE sine 13 merkevarer er oppført i vår fabrikkliste – som oppdateres og publiseres årlig på vår hjemmeside VOICE.no.





## TIDSLINJE FOR ARBEID MED SOSIALE FORHOLD



## Sosiale forhold

VOICE sitt arbeid med sosial bærekraft har en lang historie. Allerede i 2003 ble vi medlem av i Etisk Handel Norge. Oppfølgingen av fabrikkene ble da gjort gjennom kommunikasjon med leverandørene, og selvrappotering. Gjennom Amfori ble fabrikktilsyn implementert som en viktig del av vårt arbeid med sosiale forhold i produksjonen ved at VOICE ble medlemmer i Amfori, og tok i bruk deres rammeverk og system for fabrikkinspeksjoner. I dag er fabrikktilsyn noe vi i VOICE gjør systematisk og konsekvent som en del av vårt arbeid med aktsomhetsvurderinger. I 2013 signerte vi også Accord-avtalen som fokuserer på bygnings-sikkerhet. Noen år senere startet vi med fabrikktraining gjennom QuizRR.

Vi har i flere år deltatt aktivt i Etisk Handel Norge sin arbeidsgruppe for levelønn blant fabrikkansatte, noe vi anser som en vedvarende utfordring og et viktig fokusområde for videre arbeid. De siste årene har vi oppdatert og utarbeidet flere retningslinjer og styrings-dokumenter. Vi utarbeidet egne standarder for å håndtere og følge opp problemer knyttet til migrantarbeid og hjemmearbeid i vår verdikjede. Som en utvidelse av de allerede eksisterende strenge standardene innenfor Accord-ramme-verket, signerte VOICE Pakistan-avtalen i 2023. I 2023 hevet vi også minimumskravene minimumskrav for forhold vi evaluerer og følger opp i fabrikkene.

## ARBEIDSMETODIKK

- kontinuerlig risikoanalyse og risikoreducerende tiltak
- kontinuerlig gjennomføring av aktsomhetsvurderinger
- utarbeidelse, oppdatering og implementering av retningslinjer og andre sentrale styringsdokumenter
- kontinuerlig evaluering av leverandører, med inspeksjoner som et sentralt element
- standardiserte minimumskrav innen sosiale forhold for alle eksisterende og nye leverandører

## Arbeidsforhold

### STYRKE FABRIKKANSATTES KJENNSKAP OG MULIGHET TIL Å UTØVE EGNE RETTIGHETER

VOICE har vært medlem av Etisk Handel Norge siden 2003. Samarbeidet med Etisk Handel har veiledet vår tilnærming til bærekraftig og ansvarlig forretningsdrift, og hjulpet oss å integrere etiske standarder som anerkjennes globalt i våre operasjoner. Blant annet omfatter det respekt for menneskerettigheter, rettferdige arbeidspraksiser og miljøansvar, og går utover de juridiske kravene. Samarbeidet har vært en del av vår innsats for et globalt, etisk handelsmiljø, som også er i tråd med våre kjerneverdier.

En helhetlig tilnærming er nødvendig for å kunne fremme etiske handelspraksiser. Vi følger opp våre leverandører og deltar i initiativer som fokuserer på rettferdig arbeid. Åpenhet og kommunikasjon med våre leverandører skaper et grunnlag for tillit og godt samarbeid. Vi fokuserer også på å øke kunnskapen og bevisstheten blant våre ansatte

på hovedkontoret, butikkene og lageret. Dette gjør vi ved å invitere eksterne foredrags- holdere til å gi presentasjoner, lage vårt eget materiale til kurs, og tilby digital trening.

VOICE er et aktivt medlem av arbeidsgruppen for levelønn i verdikjeden i regi av Etisk Handel Norge. Målet med arbeidsgruppen er å være et samlested for bedrifter, der vi deler erfaringer om hvordan vi jobber med å fremme levelønn i verdikjedene vi er en del av. Vi er bevisste rundt de komplekse utfordringene knyttet til lønn i tekstilindustrien. Vi ønsker derfor gjennom dette engasjementet å finne mekanismer og samles om initiativer og kunnskapsdeling. Gjennom en dypere forståelse av utfordringene knyttet til levelønn, ønsker vi å redusere risikoene assosiert med lave og urettferdige lønnsstrukturer i verdikjeden.

## OPPFØLGING AV PRODUSENTER OG LEVERANDØRER

Ettersom VOICE ikke har egne ansatte i produksjonsland, benytter vi Amforis plattform og tjenester for inspeksjoner, oppfølging og evaluering av fabrikkene i vår verdikjede. Amfori er en global organisasjon som representerer interesser og behov for bedrifter og næringslivet. De tilbyr en rekke tjenester og verktøy for å kartlegge og følge opp ansvarlig handel og forretningspraksis, samt kurs og opplæring. Amforis plattform setter i kontakt med VOICE produksjonsfabrikker og andre relevante interessenter for å dele beste praksiser, bransjeinnsikt, og samarbeide for etiske standarder. Amfori deler utfordringer og muligheter innen tekstilindustrien, og fremmer en proaktiv tilnærming til ansvarlig forretningspraksis.

Gjennom Amfori er VOICE en del av Business Social Compliance Initiative (BSCI), et sosialt initiativ utviklet for å følge opp og forbedre arbeidsforhold i globale verdikjeder. BSCI er utviklet av Amfori for å tilby en systematisk tilnærming til overvåking og vurdering av sosial overholdelse, og for å sikre at etiske og ansvarlige krav til forretningspraksis blir opprettholdt. Dette inkluderer blant annet respekt for arbeidstakerrettigheter, nulltoleranse for barnearbeid, rettferdig lønn, og ansvarlig arbeidstid. I tillegg til å identifisere utfordringer,

fokuserer programmet også på å tilby opplæring og støtte for egne medlemmer og leverandører.

Informasjonen som samles i Amforis plattform, og resultater fra BSCI-inspeksjoner er en del av aktsomhetsvurderingene våre og blir benyttet av VOICE for å analysere og vurdere funn av forhold på fabrikkene. Dette inkluderer for eksempel identifisering av områder for forbedring og proaktiv risikoreduksjon. Denne informasjonen benyttes også som grunnlag for strategiske beslutninger, og gir oss mulighet til å implementere målrettede forbedringstiltak.

## ACCORD

Tekstilindustrien, som kjennetegnes av geografisk spredt produksjon, raske markedsendringer og sammensatte verdikjeder, sysselsetter millioner av mennesker over hele verden, særlig unge kvinner. Selv om det har blitt gjort betydelige fremskritt, vedvarer utfordringer innenfor industriens verdikjede. Fortsatt foregår det brudd på menneskerettigheter og arbeidsforhold. Sektoren preges av betydelige prissvingninger, lav forutsigbarhet og lave marginer. Produksjonen er outsourcet til leverandører med fabrikker i lav- og mellominntektsland, noe som fører til kraftig konkurranse som presser kostnadene ned. I tillegg er sektoren arbeidsintensiv, til tross for positiv utvikling i teknologi og arbeidsmetoder. I VOICE har vi som mål å øke fabrikkansattes

forståelse av egne rettigheter og styrke deres evne til å ivareta sine grunnleggende behov som arbeidstakere.

VOICE deltar aktivt i initiativet *International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry*, for å fremme fabrikk-sikkerhet. International Accord er et banebrytende initiativ som fremmer samarbeid mellom merkevarer, leverandører, fagforeninger, NGO-er og lokale myndigheter. De primære målene med avtalen inkluderer forbedring av sikkerhet på fabrikk, gjennom tredjeparts-inspeksjoner og overvåking av fabrikker, fremming av ansattes rettigheter gjennom blant annet ansatterepresentanter i sikkerhetskomiteer og velfungerende HMS-klage-mekanismer, fremming av juridisk bindende avtaler med fabrikkene, fremme internasjonalt samarbeid og aktivt redusere risiko for fremtidige ulykker på fabrikk. International Accord er en utvidelse av Bangladesh Accord, og forlenger sitt omfang til å dekke flere land og områder innen tekstil- og klesindustrien. VOICE utvidet nylig sitt engasjement ved å signere Pakistan-avtalen.

Som en del av VOICE sitt interne arbeid med helse og sikkerhet, har vi satt i gang risikoforebyggende tiltak, basert på kartlegging og undersøkelser, med mål om å sikre trygghet i egne fabrikker. Vi har tydelige krav om

sikkerhet i VOICE sine etiske retningslinjer, for å forhindre en gjentakelse av katastrofale hendelser, som kollapsen av tekstilfabrikken Rana Plaza i Bangladesh i 2013, og fabrikkbrannene i Pakistan i 2012.

VOICE forplikter seg til å håndtere og følge opp brudd på menneskerettigheter og arbeidsforhold. Vår forpliktelse er ikke bare et juridisk krav til våre leverandører. Det er også en bekreftelse på vår plikt til å fremme positive forhold i tekstilfabrikker, og for fabrikkansatte globalt.



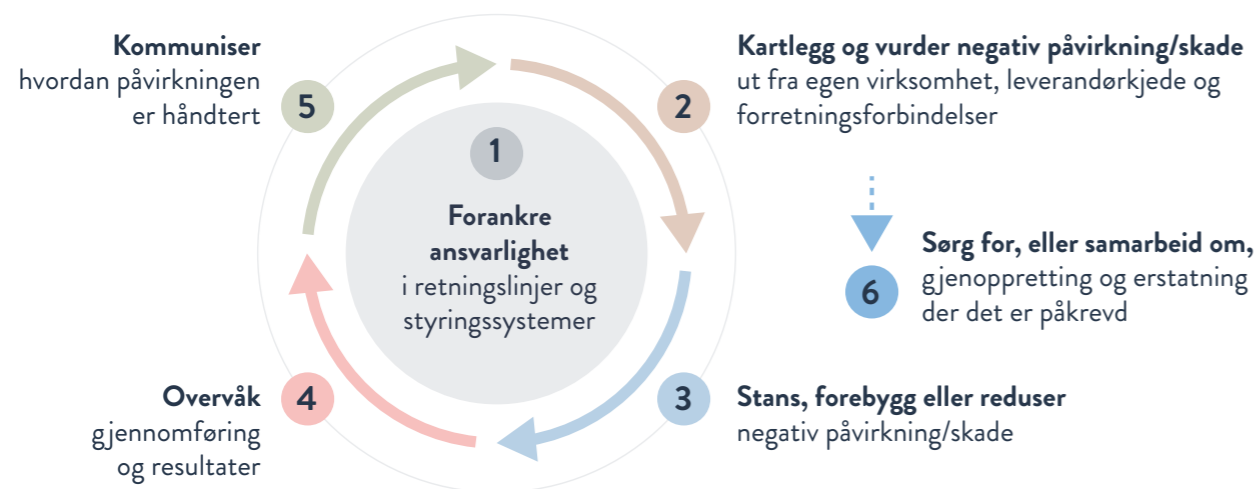
## Risikohåndtering av sosiale forhold i verdikjeden

Med bakgrunn i OECD sitt rammeverk for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv<sup>5</sup>, FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter<sup>6</sup>, og ILOs tre-parts-erklæring<sup>7</sup> om grunnleggende prinsipper for flernasjonale selskaper og sosiale forhold, har VOICE satt opp en prosess for å etterleve krav fra myndighetene og sikre ansattes rett til å utøve grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i vår verdikjede.

Gjennom den norske åpenhetsloven er VOICE pliktig til å gjennomføre aktsomhetsvurderinger, herunder kartlegge, forebygge, avbøte og redegjøre for hvordan vi håndterer faktiske og potensielle negative konsekvenser av vår egen virksomhet, leverandørkjede og våre forretningsforbindelsers virksomhet. Det fremgår av åpen-

hetsloven § 5 at virksomhetene som omfattes av loven skal offentliggjøre en redegjørelse for aktsomhetsvurderingene de har gjort. Formålet med denne redegjørelsen er å gi allmennheten innsikt i virksomhetenes nøkkel-funn i aktsomhetsvurderingene, og hvilke tiltak som er iverksatt. Denne rapporten inkluderer VOICE sin redegjørelse for aktsomhetsvurderinger i egen drift og leverandørkjede.

Et grunnprinsipp for gjennomføring av aktsomhetsvurderinger er tilpasningen av virksomhetens kontekst og risiko, samt gjennomføring av risikoanalyser og håndtering av funn. Modellen, utarbeidet av OECD har seks trinn som beskriver hvordan virksomheter kan jobbe for mer ansvarlig forretningspraksis. Figuren under visualiserer prosessen.



<sup>5</sup> OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv (regjeringen.no)

<sup>6</sup> FNs verdenserklæring om menneskerettigheter

<sup>7</sup> ILOs Treparterserklæring om grunnleggende prinsipper for flernasjonale selskaper og sosialpolitikk (MNE-erklæringen) (regjeringen.no)

For å sikre forståelse og effektiviteten av våre aktsomhetsvurderinger, har VOICE integrert prinsipper for ansvarlig forretningspraksis i sentrale retningslinjer og styringssystemer. Dette utgjør et sett med rammeverk, inkludert VOICE sin policy for bærekraftig forretningspraksis, retningslinjer og krav til leverandører, VOICE sine etiske retningslinjer, VOICE sin leverandørhåndbok, standarder for hjemmearbeid, og standarder for migrantarbeid.

Samlet sett styrker disse prinsippene VOICE sine aktsomhetsvurderinger, og demonstrerer VOICE sitt engasjement for å fremme et forretningsmiljø preget av ansvarlighet, åpenhet og høye etiske standarder.

For å effektivisere og integrere aktsomhetsvurderinger i vårt arbeid, har VOICE integrert prinsippene for ansvarlig virksomhet i våre retningslinjer og styringssystemer. Videre vil vi trekke frem og forklare de mest relevante retningslinjene og standardene for sosiale forhold i vår egen drift og i vår verdikjede.

- VOICE policy for bærekraftig forretningspraksis (VOICE Responsible Business Conduct)
- VOICE retningslinjer og krav til leverandører (Guidelines and Requirements for Suppliers)
- VOICE etiske retningslinjer (VOICE Code of Conduct)
- VOICE leverandørhåndbok (VOICE Supplier Manual)
- VOICE standarder for hjemmearbeid (Homeworking Standards)
- VOICE standarder for migrantarbeid (Migrant Labour Standards)
- VOICE antikorrupsjonspolicy (Anti-corruption Policy)

VOICE retningslinjer og krav til leverandører beskriver standardene og forventningene som VOICE stiller til direkte og indirekte leverandører. Ved å tydelig å definere disse parameterne, ønsker vi å etablere et rammeverk for samarbeid som er i tråd med våre verdier, og forpliktelse om ansvarlig forretningspraksis.

For å gi en beskrivelse av innholdet i hvert dokument, har vi sammenfattet en kort oppsummering:





## Risikohåndtering av sosiale forhold i verdikjeden

VOICE jobber for å ha en bærekraftig forretningspraksis som respekterer mennesker, samfunn og miljø. Dette dokumentet (VOICE policy for bærekraftig forretningspraksis), VOICE etiske retningslinjer og VOICE retningslinjer og krav til leverandører danner grunnlaget for vårt bærekraftsarbeid. Vi anser bærekraftig forretningspraksis som en forutsetning for bærekraftig utvikling, som innebærer at dagens generasjoner får dekket sine behov uten å ødelegge framtidige generasjoners mulighet til å få dekket sine.

### KRAV TIL EGEN VIRKSOMHET

Vi jobber aktivt med relevante bærekraftsmål og har implementert målene i selskapet sin bærekraftstrategi. Vi forplikter oss til å jobbe aktivt med aktsomhetsvurderinger. Dette er en risikobasert tilnærming til å respektere og ivareta mennesker, samfunn og miljø. Samtidig anerkjenner vi muligheten vi har til å bidra til positiv utvikling i leverandørkjeden gjennom vår rolle som innkjøper og samarbeidspartner.

VOICE policy for ansvarlig forretningspraksis tydeliggjør vårt syn på hva som definerer ansvarlig forretningsdrift, både nasjonalt og internasjonalt, og beskriver forventet atferd fra enhver enkelt ansatt eller person, herunder alle ansatte, kontraktører, agenter og representanter som jobber på vegne av VOICE.

### AKTSOMHETSVALDERINGER

VOICE gjennomfører aktsomhetsvurderinger i tråd med lovkravet i åpenhetsloven. Mer om dette kan du lese på side 80.

### MILJØPÅVIRKNING

Vi jobber kontinuerlig for å redusere miljøavtrykket av vår virksomhet. VOICE miljøpolicy beskriver føringer, tiltak og målsetninger for miljøarbeidet. Alle ansatte har ansvar for å bidra til å etterleve og oppfylle ambisjonene i vår miljøpolicy.

### ÅPENHET, TRANSPARENS OG MEDVIRKNING

Vi er åpne om vårt arbeid med å sikre en bærekraftig forretningspraksis i møte med både kunder, ansatte, leverandører og eksterne interessenter. Gjeldende målsettinger, policyer, tiltak og krav til leverandører, samt oversikt over produksjonsfabrikker, skal til enhver tid være tilgjengelig på våre hjemmesider. Våre strategiske ambisjoner for arbeidet med bærekraftig forretningspraksis skal også kommuniseres i vår leverandørhåndbok og i dialog med alle relevante leverandører. I utforming av mål, tiltak og krav skal VOICE sikre innspill fra aktuelle interessenter som berøres av eller har kunnskap om det relevante området.

### ANSVARLIG INNKJØSPRAKSIS

Vi skal tilpasse vår egen innkjøpspraksis slik at vi styrker, og ikke undergraver, leverandørers mulighet til å levere på kravene vi stiller, for å sikre gode forhold for mennesker, samfunn og miljø. Vi skal tilstrebe langvarige leverandørforhold med leverandører som viser særlig vilje og evne til å jobbe med positiv utvikling i leverandørkjeden.

### FRI FAGORGANISERING OG ARBEIDERREPRESENTASJON

VOICE støtter opp om retten til fri fagorganisering og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Vi skal involvere arbeiderrepresentanter og andre relevante interessenter i vårt arbeid med bærekraftig forretningspraksis.

### LIKESTILLING OG DISKRIMINERING

Vi aksepterer ingen former for diskriminering, og jobber for å sikre likestilling og like muligheter både i egen virksomhet, og i vår verdikjede. Det skal ikke forekomme noen form for diskriminering med hensyn til ansettelse, avlønning, opplæring, forfremmelse m.m. basert på etnisk tilhørighet, religion, alder, uførhet, kjønn, sivil status, seksuell legning, fagforeningsarbeid eller politisk tilhørighet.



## LEVERANDØRUTVIKLING OG PARTNERSKAP

I dialog med leverandører vil vi ved behov vurdere å bidra med relevant kompetanseheving eller ressurser som setter dem i stand til å etterleve VOICE sine krav til forhold i verdikjeden. Dette legger et grunnlag for godt samarbeid.

## ANTI-KORRUPSJON

VOICE, inkludert alle ansatte, skal aldri tilby eller motta ulovlige eller urettmessige pengegaver eller andre godtgjørelser for å oppnå forretningsmessige eller private fordeler for egen del eller fordeler for kunder, agenter eller leverandører. Mer om dette spesifiseres under VOICE antikorrupsjonspolicy.

## LAND UNDER HANDELSBOIKOTT

VOICE, inkludert våre leverandører og samarbeidspartnere, skal unngå handelspartnere som har aktiviteter i land som er pålagt handelsboikott av FN og/eller norske myndigheter.

## DYREVELFERD

VOICE krever at alle dyr som er involvert i produksjonen av våre produkter behandles humant. Mer om dyrevelferd kan du lese på side 130.

## KRAV TIL FORHOLD I LEVERANDØRKJEDEN

Alle våre leverandører og samarbeidspartnere forventes å arbeide målrettet og systematisk

for å oppfylle kravene som er fremsatt i VOICE policy for bærekraftig forretningspraksis. Våre retningslinjer omfatter grunnleggende krav knyttet til blant annet menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, antikorrupsjon, dyrevelferd og miljø.

Alle leverandørene plikter å underskrive og forplikte seg til å følge VOICE retningslinjer og krav til leverandører, inkludert VOICE etiske retningslinjer for leverandører, samt ytterligere veiledning og standarder i VOICE leverandørhåndbok. Videre skal alle leverandørene arbeide aktivt med aktsomhetsvurderinger, og vise til vilje og evne til kontinuerlig forbedring for mennesker, samfunn og miljø gjennom samarbeid.

Leverandørene skal dokumentere hvordan de selv, og deres underleverandører arbeider for å etterleve retningslinjene. De skal ha på plass et system til å håndtere avvik og klager, og avstå å handle med partnere som har aktiviteter i land eller regioner der FN og/eller norske myndigheter har besluttet en handelsboikott.

Alle produsenter av våre merkevarer forplikter seg til å følge Amfori Code of Conduct og Amfori Terms of Implementation.

Dersom en leverandør bryter standarden i denne policyen, eller etter forespørsel fra VOICE ikke viser vilje eller evne til å etterleve kravene i vår policy for bærekraftig forretningspraksis, er dette grunnlag for heving av kontrakt.

## VOICE ETISKE RETNINGSLINJER

Disse prinsippene for bærekraftig forretningspraksis er basert på FN- og ILO-konvensjoner og angir minimums- og ikke maksimumsstandarder.

Lovgivningen på produksjonsstedet skal respekteres. Der hvor nasjonale lover og reguleringer dekker samme tema som disse retningslinjene, skal den høyeste standarden gjelde.

VOICE sine Etiske Retningslinjer beskriver minimumsstandarder innen 15 vesentlige områder, som er:

- 1. Tvangsarbeid/slavearbeid** (ILO-konvensjon nr. 29 og 105)
- 2. Fagorganisering og kollektive forhandlinger** (ILO-konvensjon nr. 87, 98, 135 og 154)
- 3. Barnearbeid** (FNs konvensjon om barnets rettigheter, ILO-konvensjon nr. 138, 182 og 79, ILO anbefaling nr. 146)
- 4. Diskriminering** (ILO-konvensjon nr. 100 og 111 og FNs Kvinnediskrimineringskonvensjon)
- 5. Brutal behandling** (Menneskerettighetserklæringen/UDHR)
- 6. Helse, miljø og sikkerhet** (ILO-konvensjon nr. 155 og anbefaling nr. 164)
- 7. Lønn** (ILO-konvensjon nr. 131)
- 8. Arbeidstid** (ILO-konvensjon nr. 1 og 14)

**9. Regulære ansettelser** (ILO-konvensjon nr. 95, 158, 175, 177 og 181)

**10. Marginaliserte befolkningsgrupper** (FNs konvensjon om sivile og politiske rettigheter, art. 1 og 2)

**11. Arbeidstakeres involvering og beskyttelse**

**12. Miljø**

**13. Korrupsjon**

**14. Dyrevelferd**

**15. Hjemmearbeid og migrantarbeid** (ILO-konvensjon nr. 177 og ILO-konvensjon nr. 97, 143 og 181)

## VOICE LEVERANDØRHÅNDBOK

Leverandørhåndboken er utviklet for å hjelpe, støtte og bedre definere VOICE sine krav og retningslinjer til leverandører, for å forenkle samarbeidet mellom VOICE og leverandørene.

Håndboken er rettet mot våre nåværende og potensielle leverandører, med formålet om å sikre dypere respekt og forståelse for VOICE sine strategier, målsetninger, og de grunnleggende verdiene som leder vår virksomhet. Vi ser etter leverandører som i tillegg til å dele våre verdier og etterleve våre retningslinjer, bidrar til å oppfylle våre mål. De som lykkes i dette, vil kunne nyte godt av et gjensidig fordelaktig forhold og et langvarig partnerskap med oss.



Innholdet i håndboken omfatter et bredt spekter av emner, inkludert selskapets strategi for ansvarlig innkjøp, etiske og sosiale standarder, pakking, levering og handelspolicy, miljøansvar, samt detaljerte krav til leverandørene. Disse kravene inkluderer sporbarhet, forpliktelse til og etterlevelse av selskapets retningslinjer, systemer for implementering og overvåking av disse kravene, tilgang til fabrikkene for tilsyn, revisjonskrav, og spesifikke krav for kjemikalier, kvalitetssikring, og ansvarlige materialer og fibre.

Håndboken fungerer som et levende referanse-dokument som regelmessig vil bli oppdatert for å reflektere de nyeste retningslinjene. Den inneholder også relevante kontaktopplysninger og legger vekt på betydningen av å opprettholde en åpen dialog og samarbeid for kontinuerlig forbedring. Leverandører oppfordres til å distribuere håndboken internt i sin organisasjon og å anerkjenne håndbokens retningslinjer som en del av deres partnerskap med VOICE.

#### VOICE ETISKE RETNINGSLINJER

VOICE sine etiske retningslinjer for leverandører definerer minimumsstandarder for bærekraftig forretningsførsel, og som er forankret i FN- og ILO-konvensjoner og gjelder globalt. Den krever overholdelse av de strengeste gjeldende lovene, enten de er internasjonale retningslinjer eller nasjonale forskrifter. Den forbyr alt tvangsarbeid, inkludert slavearbeid og ufrivillig tvangsarbeid, og sikrer arbeidstakernes frihet til å forlate sin arbeidsgiver etter rimelig varsel og uten å måtte overlevere identitetsdokumenter eller depositum.

Videre understreker den arbeidstakernes rett til fagforeningsfrihet og kollektive forhandlinger. I områder der disse rettighetene er begrenset, må arbeidsgivere støtte alternative former for uavhengig og fri arbeidstakerrepresentasjon og forhandling for arbeidstakere.

Barnearbeid er strengt forbudt, med spesifikke krav til minimumsalder for arbeidstakere for å beskytte barn mot utnyttelse, spesielt i farlige arbeidsforhold. De etiske retningslinjene krever også tiltak mot diskriminering på arbeidsplassen og forbud mot brutal behandling, inkludert fysisk mishandling eller avstraffelse, seksuell trakassering eller annen form for trusler og trakassering.

Helse og sikkerhet på arbeidsplassen prioriteres, med krav om et sikkert og hygienisk arbeidsmiljø, samt regelmessig opplæring i helse og sikkerhet for arbeidstakere. Lønnsbetingelsene må som et minimum møte nasjonale lovkrav eller bransjestandarder, og arbeidstiden skal være i tråd med nasjonale lover og ikke overstige internasjonale standarder, med sikret overtidsgodtgjørelse.

Fast ansettelse oppfordres, for å unngå utnyttelse av ansatte gjennom kortsiktige kontraktsformer. Det legges vekt på beskyttelse av marginaliserte befolkningsgrupper for å forhindre negative påvirkninger på deres ressurser og inntektsgrunnlag.

Miljøansvar er en sentral del av våre etiske retningslinjer, med krav om å redusere negativ miljøpåvirkning gjennom hele verdikjeden og å overholde nasjonale og internasjonale miljølover.







Korrupsjon, inkludert bestikkelser og urettmessige fordeler, er strengt forbudt, og leverandører oppfordres til å ha en omfattende antikorrupsjonspolicy.

Dyrevelferd skal respekteres, og tiltak skal iverksettes for å minimere negativ påvirkning på produksjonsdyrs og arbeidsdyrs velferd. Rettferdig behandling av hjemmearbeidere og migrantarbeidere understrekes også, med vekt på ansvarlig rekruttering, rettferdige arbeidsvilkår og kontinuerlig støtte, i samsvar med internasjonale arbeidsstandarder.

VOICE krever at leverandørene skal akseptere og overholde disse prinsippene, noe som forplikter leverandørene på tvers av verdikjeden. Dokumentet må signeres av alle leverandørene.

#### **VOICE STANDARDER FOR HJEMMEARBEID**

VOICE sine retningslinjer for hjemmearbeid fokuserer på anerkjennelse og forbedring av arbeidsvilkårene for hjemmearbeidere i produksjonsland og på tvers av hele vår verdikjede. Hjemmearbeidere, ofte kvinner som balanserer betalt arbeid med huslige og familiære ansvarsoppgaver, har generelt lav synlighet i verdikjedene. De befinner seg gjerne i en sårbar posisjon med uformell ansettelse, lav lønn og ingen jobbsikkerhet. VOICE ønsker å

ha en åpen og positiv holdning til hjemmearbeid, ved å anerkjenne hjemmearbeideres rett til lik behandling med andre arbeidstakere i henhold til ILO-konvensjonen om hjemmearbeid fra 1996 (C177, artikkel 4). Dette inkluderer rett til lønn, helse og sikkerhet, rett til å organisere seg, samt tilsvarende trygdebeskyttelse og beskyttelse mot diskriminering som andre arbeidstakere. Forbedringer i hjemmearbeideres vilkår skal involvere hjemmearbeiderne og ikke føre til tap av arbeid. Vi mener at ved å anerkjenne hjemmearbeid, hjelper vi med å unngå at de som jobber hjemmefra i klesproduksjonen blir oversett. Hvis vi ignorerer dem, kan det hindre forbedringer i arbeidsforholdene deres og føre til uønskede konsekvenser, som at hjemmearbeiderne risikerer å miste hovedinntekten sin.

VOICE forplikter seg til å kommunisere sin holdning til hjemmearbeid internt og med leverandører, sikre at tilstedeværelsen av hjemmearbeidere ikke fører til flytting av produksjon eller kansellering av ordre.

Leverandører forventes å etterleve disse retningslinjene og forplikte seg til å forbedre arbeidsvilkårene der disse ikke møter standardene satt i ILO-konvensjonen om hjemmearbeid. Leverandørene skal også

kommunisere alle krav fra disse retningslinjene til deres leverandører, identifisere hvor hjemmearbeid finner sted, og informere VOICE når hjemmearbeidere brukes i produksjonen.

#### **VOICE STANDARDER FOR MIGRANTARBEID**

VOICE har utarbeidet retningslinjer for bruk av migrantarbeidere for å anerkjenne og forberede forholdene for denne arbeidsgruppen i den globale verdikjeden. Migrantarbeidere, som ofte er på jakt etter bedre muligheter for å forsørge sine familier og deres fremtid, finnes i mange sektorer, inkludert tekstilsektoren.



Disse menneskene står overfor utfordringer som usikre og uakseptable arbeidsforhold, ofte som følge av dårlige rekrutteringspraksiser, og at mange må betale gebyrer til rekrutteringsagenter for å sikre seg jobb.

VOICE definerer en migrantarbeider i tråd med ILOs definisjon, som en person som migrerer innenfor eller utenfor sitt hjemland for arbeid, og som vanligvis ikke har til hensikt å bli permanent i arbeidslandet eller -regionen. Vi forplikter oss til å overvåke og forbedre rekrutteringspraksiser og arbeidsforhold for migrantarbeidere i vår forsyningskjede, og arbeide med våre leverandører for bærekraftige forbedringer av disse forholdene.

Leverandørene våre oppfordres til direkte ansettelse av arbeidere der det er mulig, for å unngå bruk av rekrutteringsbyråer. Dersom et rekrutteringsbyrå må brukes, skal leverandøren sikre at byrået er registrert og ikke engasjerer seg i praksiser som setter mennesker i fare for tvangsarbeid eller menneskehandel. Rekrutteringsbyråer skal ikke belaste arbeiderne for gebyrer relatert til jobbsikring, reise eller visumbehandling.

Videre skal alle migrantarbeidere ha samme arbeidsvilkår som lokal arbeidskraft, inkludert en detaljert arbeidskontrakt på et språk arbeidstakeren forstår. Leverandøren skal dekke alle kostnader knyttet til rekruttering og bruk av migrantarbeidere, inkludert reisekostnader. Migrantarbeidere skal ha

full kontroll over sine pass og identitetspapirer, og leverandøren skal ikke tilbakeholde disse dokumentene.

VOICE gjennomfører kontroller av leverandører og fabrikker for å sikre overholdelse av våre retningslinjer for migrantarbeid, samt retningslinjer for bruk av rekrutteringsbyrå. Leverandørene forventes å overvåke sin egen overholdelse av disse retningslinjene og gi oppdateringer til VOICE regelmessig.

Disse retningslinjene er utformet for å sikre verdighet og rettferdige forhold for migrantarbeidere, samtidig som de bidrar til å opprettholde et ansvarlig og etisk arbeidsmiljø i hele vår forsyningskjede.

#### VOICE ANTIKORRUPSJONSPOLICY

VOICE sin antikorrupsjonspolicy oppsummerer våre forpliktelser til en forretningspraksis med høye standarder for integritet og ansvarlighet. Den definerer våre holdninger til alle former for korrupsjon, inkludert bestikkelser, utpressing, underslag og andre uetiske praksiser. Retningslinjene gjelder for alle ansatte, konsulenter, agenter og de som opptre på vegne av VOICE.

Hovedpunkter i policyen inkluderer forbud mot korrupsjon, definert i tråd med norsk straffelov § 387, betraktes korrupsjon som enhver handling som innebærer å tilby, gi, motta eller be om noe av verdi for å påvirke en annen parts handlinger for å oppnå en forretningsmessig eller personlig fordel. Utsveksling av gaver eller gjestfrihet som

kan påvirke forretningsbeslutninger eller fremstå som uetisk er forbudt. Alle gaver eller gjestfrihet av betydelig verdi som mottas skal rapporteres til nærmeste leder. Disse blir VOICE sin eiendom, ikke personlig eiendom for den som mottar dem. Ansatte og representanter må unngå situasjoner som kan føre til interessekonflikter og må umiddelbart rapportere enhver som oppstår. Retningslinjen understreker at aktsomhetsvurderinger er nødvendig for å sikre at forretningsforbindelser deler selskapets forpliktelse til ansvarlig praksis og antikorrupsjon. Dette er spesielt viktig i land med høyere risiko for korrupsjon.

Ansatte og representanter er ansvarlige for å søke veiledning ved tvil om disse retningslinjene, og må holde seg oppdatert på selskapets policyer. Regelmessig opplæring skal tilbys av VOICE. Alle aktiviteter eller risikoer relatert til korrupsjon må rapporteres umiddelbart.

Retningslinjen presiserer at VOICE beskytter individer som rapporterer om korrupsjon fra alle former for gjengjeldelse. Retningslinjene blir gjennomgått jevnlig for å sikre relevans og effektivitet.

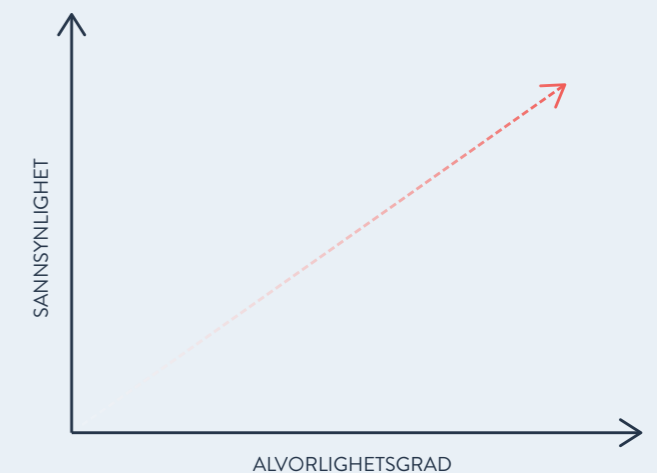
#### VOICE SIN TILNÆRMING TIL RISIKO-HÅNDTERING

Basert på land- og sektorspesifikke risiko-områder, har vi i VOICE identifisert de risikoparametere vi mener er viktigst å kartlegge, evaluere og håndtere. Vårt mål er å begrense forekomsten av negativ påvirkning, og brudd

på menneskerettigheter og arbeidsforhold i fabrikkene som produserer våre klær.

Risikoen for negative konsekvenser bestemmes av sjansen for at risikoen oppstår kombinert med alvorlighetsgrad av hendelsen. Alvorligheten måles i:

- Omfang - graden av alvorlighet for hendelsen.
- Utbredelse - hvor mye hendelsen påvirker.
- Uopprettelighet - vanskelighetsgraden av å omgjøre eller reparere skaden.



## KARTLEGGING OG PRIORITERING AV RISIKO FOR MENNESKERETTIGHETSBRUDD I VERDIKJEDEN

Å identifisere og kartlegge risikoene for brudd på menneskerettigheter og anstendig arbeidsforhold i egen virksomhet og i leverandørkjeden, er avgjørende for å forstå hvordan dette kan være forbundet med VOICE sine aktiviteter og forretningsforbindelser. Sentrale elementer i kartleggingen er informasjon om risiko knyttet til bransje, geografi, produkter, materialer og forretningsforbindelser, inkludert allerede kjent risiko som vi har møtt på tidligere eller sannsynligvis vil møte på i fremtiden. Basert på informasjonen som er tilegnet gjennom kartleggingen fastslås det hvilke skaderisikoer som er mest betydelige eller fremtredende med tanke på sannsynlighet (hvor sannsynlig det er at skaden inntreffer) og alvorlighetsgrad (hvor alvorlig den negative påvirkningen/skaden er).

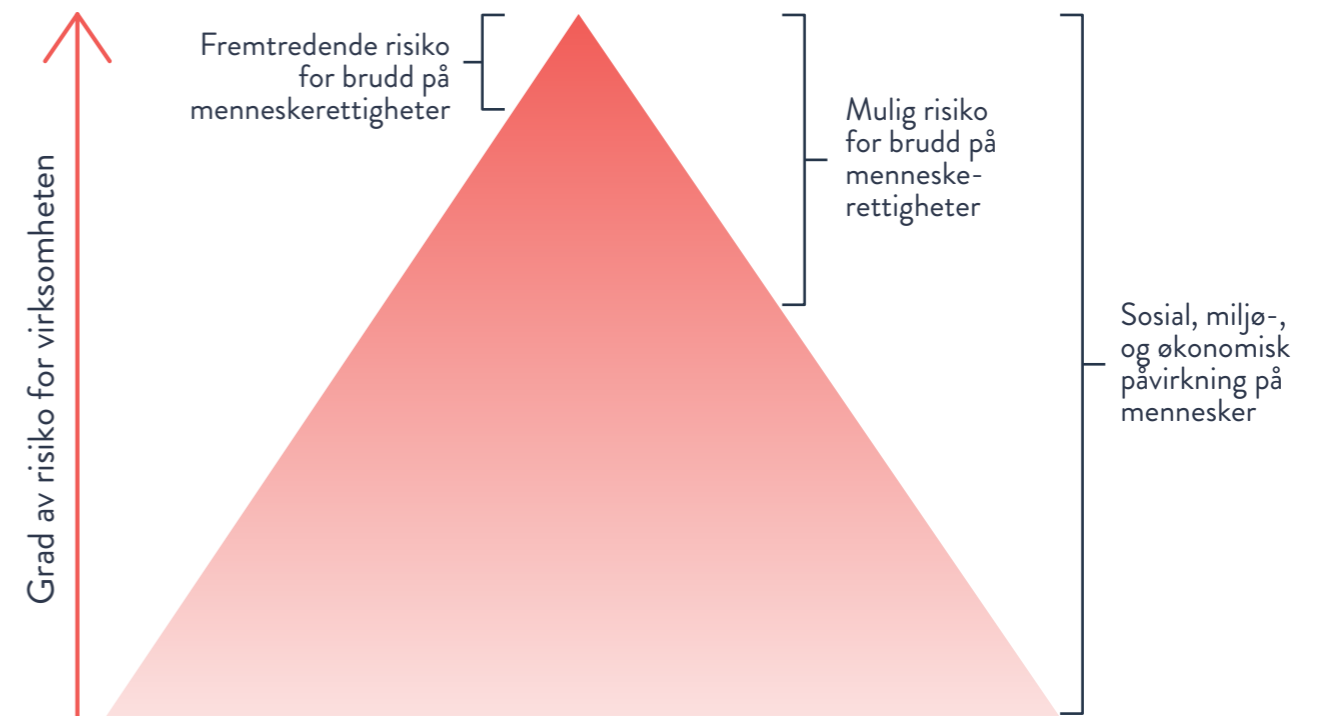
Alvorlighetsgraden vurderes etter skala, omfang og mulighet for gjenoppretting. Skala, viser til hvor alvorlig den negative påvirkningen er. Omfang omhandler antall personer som er eller vil bli berørt. Mulighet for gjenoppretting viser til muligheten for å bøte på skaden slik at de som ble påvirket opplever situasjonen likt/som minst like gunstig som før skaden oppstod. Å prioritere utvalgte risikoområder betyr ikke at VOICE ikke gjør noe med annen risiko, men at vi først prioriterer de risikoområdene som har størst negativ påvirkning og der vi har størst mulighet til å påvirke. Kartlegging og prioritering er en dynamisk og kontinuerlig prosess.

Påvirkning på menneskerettigheter er den største sosiale, miljømessige og økonomiske innflytelse en virksomhet kan ha på menneskene i verdikjeden. Desto høyere risiko for brudd på menneskerettigheter jo høyere risiko vil det ofte være for virksomheten, ettersom avdekking av alvorlige brudd på menneskerettigheter kan føre til rettsaker, skadende kampanjer, forstyrrelser og forsinkelser i produksjonen, kostnader ved å håndtere konflikter og andre kostnader eller verditap for virksomheten.

Forholdet mellom risiko for brudd på menneskerettigheter og risiko for virksomheten er representert i figuren til høyre.

## SOSIALE RISIKOOMRÅDER

- arbeidstid
- lønn
- fagorganisering og kollektive forhandlinger
- helse og sikkerhet på arbeidsplassen
- diskriminering
- tvangsarbeid
- barnarbeid



[Ungpreporting.org/resources/salient-human-rights-issues/](https://ungpreporting.org/resources/salient-human-rights-issues/)

*Fremtredende menneskerettighetsbrudd er forankret i UN Guiding Principles on Business and Human Rights, og OECD Due Diligence Guidance for Responsible Business Conduct. Dette er brudd på menneskerettigheter en virksomhet kan forårsake, føre til eller være forbundet med. Disse bruddene er ansett som alvorlige, og svært sannsynlig at vil oppstå i virksomheten sine drift og sin verdikjede. Fremtredende menneskerettighetsbrudd er ikke ment å være av større betydning enn andre brudd på menneskerettigheter og arbeidsforhold som kan oppstå, men det hjelper en virksomhet å fokusere på de viktigste problemene først.*

Å arbeide systematisk med å identifisere og håndtere fremtredende risiko for brudd på menneskerettigheter er en del av VOICE sin forpliktelse til å styrke de fabrikkansattes kjennskap og mulighet til å utøve egne rettigheter. Å identifisere fremtredende risiko for menneskerettighetsbrudd er sentralt i en

proaktiv tilnærming til sosialt ansvar, og sikrer en dypere forståelse av utfordringene i verdikjeden.

VOICE benytter blant annet Etisk Handel Norges landstudier (Country Briefings) og Amfori Country Risk Classification for å få et overordnet innblikk og forståelse for risikoene



Det er ingen snarveier til å løse bærekraftsutfordringene i verdikjeden for klesproduksjon. Det må jobbes strukturert med å identifisere risiko og problemstillinger, og deretter iverksette tiltak som kan skape forbedringer og positive ringvirkningen både på kort og lang sikt.

Johnny Ottesen, administrerende direktør



for brudd på menneskerettigheter i våre viktigste produksjonsland. For å avdekke de mest fremtredende risikoene for brudd på menneskerettigheter på produksjonsfabrikkene, benytter VOICE seg av kartleggingen og evalueringen som gjøres gjennom Amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI). Amfori-systemet og rapporter fra gjennomførte BSCI-inspeksjoner er vårt viktigste verktøy for risiko-kartlegging og -informasjon. Rammeverket og inspeksjonene gir en score som er brutt ned på 13 indikatorer som gis en individuell score. Dette gir oss både et bilde på utfordringer ved den enkelte fabrikken, som vi kan følge opp, men også oversikt på gjennomgående problemstillinger som har en tendens til å være like i de ulike landene.

Et annet virkemiddel i risikokartleggingen er fabrikkbesøk og leverandørmøter. Gjennom å reise til produsentene, vurdere forholdene og ha en dialog ansikt til ansikt får vi uvurderlig informasjon og innsikt i både produksjonsforholdene på fabrikken og etterlevelse av kravene vi har både til våre leverandører, og ikke minst kravene vi har til oss selv og hvordan vi samarbeider med våre leverandører.

VOICE gjennomfører også jevnlig spørreundersøkelser hvor vi innhenter informasjon om samarbeidsforholdet med våre leverandører. I disse spørreundersøkelsene ber vi blant annet om tilbakemelding på våre innkjøpsrutiner (kommunikasjon, krav, prising osv.) og krav og retningslinjer for bærekraft.



Spørreundersøkelsene er anonyme, noe som gir leverandørene mulighet til å gi oss en ærlig tilbakemelding. På den måten får vi verdifull informasjon som er med på å forme og endre våre innkjøpsrutiner, policyer og retningslinjer.

I Bangladesh har VOICE signert Accord-avtalen. Med dette krever vi at alle leverandører i Bangladesh er åpne for at det gjennomføres sikkerhetsinspeksjoner for å avdekke eventuelle mangler knyttet til bygningssikkerhet, maskiner, elektrisitet m.m. Gjennom Accord-avtalen har ansatte ved fabrikkene en klagemekanisme som kan benyttes til å rapportere inn mangelfulle forhold. Alle fabrikker som er aktuelle for å produsere varer for oss i Bangladesh sjekkes opp mot gyldig Accord-inspeksjon og fravær av mangler.

Vi krever at våre leverandører stiller de samme kravene til sine underleverandører som vi stiller til dem. Samtidig erkjenner vi at risikoen for menneskerettighetsbrudd øker jo lenger ned i verdikjeden man kommer. Førsteleddsleverandører som har signert på våre retningslinjer og policyer tar en overlatt risiko hvis de bryter disse avtalene. For underleverandører er situasjonen annerledes, ettersom vi ikke alltid kjenner dem eller har en direkte kommunikasjon/avtale med dem. Derfor har vi startet et arbeid med å få bedre oversikt på våre underleverandører gjennom bedre sporbarhet i verdikjeden, og sikre at materialene vi bruker i våre produkter er ansvarlig produsert gjennom å source sertifiserte og sporbare råvarer.

## IDENTIFISERTE RISIKOER FOR MENNESKERETTIGHETSBRUDD I VERDIKJEDEN



I risikokartlegging av produksjonsfabrikkene i VOICE sin verdikjede er det fire områder som peker seg ut med høyest risiko for menneskerettighetsbrudd: arbeidstid, lønn, fagorganisering og kollektive forhandlinger, og helse og sikkerhet. Produksjonsfabrikkene vurderes opp mot overholdelse av VOICE sine etiske retningslinjer, som er basert på FN- og ILO-konvensjoner.

I henhold til ILO-konvensjon nr. 1 og 14 skal arbeidstiden være i tråd med nasjonale lover eller bransjestandard, og ikke overstige arbeidstid i samsvar med gjeldende internasjonale konvensjoner. Normal arbeidstid per uke skal vanligvis ikke overstige 48 timer. Ansatte skal ha minst én fridag per syv dager.

Overtid skal være begrenset og frivillig. Anbefalt maksimum overtid er tolv timer per uke, det vil si samlet arbeidstid på 60 timer per uke. Unntak fra dette kan aksepteres dersom det er regulert av en kollektiv avtale eller nasjonal lov. Ansatte skal alltid ha overtidstillegg

ved arbeidstid over normal arbeidstid, minimum i tråd med gjeldende lover.

ILO-konvensjon nr. 131 setter følgende krav til lønn: lønn til ansatte for en normal arbeidsuke skal minst være i tråd med nasjonale minstelønsbestemmelser eller bransjestandard, den høyeste gjelder. Lønn skal alltid være tilstrekkelig til å dekke grunnleggende behov, inkludert noe sparing. Lønnsforhold og utbetaling av lønn skal være skriftlig avtalefestet før arbeidet påbegynnes. Avtalen skal være forståelig for den ansatte. Fratrett i lønn som disiplinærreaksjon tillates ikke.

ILO-konvensjon nr. 87, 98, 135 og 154 omhandler krav til fagorganisering og kollektive forhandlinger. Her settes følgende krav: ansatte skal uten unntak ha rett til å slutte seg til eller etablere fagforeninger etter eget ønske, og til å forhandle kollektivt. Arbeidsgiver skal ikke blande seg inn i, hindre eller motarbeide fagorganisering eller kollektive forhandlinger.

Fagforeningsrepresentanter skal ikke diskrimineres eller hindres i å utføre sitt fagforeningsarbeid. Dersom retten til fri organisering og/eller kollektive forhandlinger er begrenset ved lov, skal arbeidsgiveren legge til rette for, og ikke hindre alternative mekanismer for fri og uavhengig organisering og forhandling.

Målet er å fremme rettferdige arbeidsforhold, representere de ansattes interesser og etablere avtaler som regulerer ulike aspekter ved arbeidsforholdet.

Helse, miljø og sikkerhet reguleres gjennom ILO-konvensjon nr. 155 og anbefaling nr. 164, og gjelder som følger; arbeidsgiver skal sikre at ansatte har et trygt og sunt arbeidsmiljø. Farlige kjemikalier og andre stoffer skal håndteres forsvarlig. Nødvendige tiltak skal iverksettes for å forhindre og minimere ulykker og helseskader som resultat av, eller relatert til, forhold på arbeidsplassen. Ansatte skal ha jevnlig og dokumentert opplæring i helse og sikkerhet.

Ansatte skal ha tilgang til rene sanitærfasiliteter og rent drikkevann. Der det er relevant, skal arbeidsgiver også sikre tilgang til fasiliteter for trygg oppbevaring av mat.

Hvis arbeidsgiver tilbyr losji, skal dette være rent, sikkert, tilstrekkelig ventilert og med tilgang til rene sanitærfasiliteter og rent drikkevann.

Gjennom kartlegging og evaluering har vi identifisert varierende nivå av risiko for brudd på menneskerettigheter på produksjonsfabrikkene vi benytter oss av. Vi fokuserer vårt forbedringsarbeid på fabrikkene i Kina, Bangladesh og Tyrkia, ettersom det er i disse landene meste parten av vår produksjon foregår. I Kina er den største risikoen arbeidstid, fagorganisering og kollektive forhandlinger, og lønninger. I Bangladesh er lønninger den største risikoen, etterfulgt av fagorganisering og kollektive forhandlinger, og arbeidstid. I Tyrkia er de største risikoene lønninger, arbeidstid og deretter fagorganisering og kollektive forhandlinger.



## DEFINISJON AV VOICE SINE IDENTIFISERTE FREMTREDENDE RISIKO FOR MENNESKERETTIGHETSBRUDD

**ARBEIDSTID:** Arbeidstid refererer til den regulerte mengden tid en ansatt er forpliktet til å arbeide per dag og uke, og skal overholde nasjonal lovgivning og internasjonale normer, som ILO-konvensjonen og tariffavtaler - det som gir arbeidstakeren størst beskyttelse. Arbeidstid skal også inkludere rimelig hviletid, inkludert daglige pauser og periodiske ferier, og respektere arbeidernes behov for hvile og fritid for å opprettholde et godt helse- og familieliv. Basert på funn fra BSCI-fabrikkinspeksjoner i Kina ser vi at det er store utfordringer relatert til utilstrekkelige styringssystemer på fabrikk, noe som resulterer i blant annet dårlig personalplanlegging for å dekke produksjonsnivået. Det er i tillegg generelt lave lønninger i landet, noe som resulterer i en stor risiko for at ansatte jobber for mye overtid. Som innebærer at ansatte forventes å jobbe fra kl. 9 om morgenen til kl. 9 om kvelden, seks dager i uken, altså totalt 72 timer per uke. Dette overskrider den lovfestede arbeidstiden som er foreskrevet av kinesiske nasjonale arbeidslover, hvor ansatte ikke skal arbeide mer enn åtte timer om dagen og ikke mer enn 44 timer i uken i gjennomsnitt, med krav om overtid for alt utover dette. Migrantarbeidere er spesiell sårbare for disse utfordringene, som også knyttes til lønnsproblemer og mangel på fagforeningsfrihet.

**LØNN:** Lønn innebærer all kompensasjon som

ansatte mottar for utført arbeid, inkludert grunnlønn, overtidsbetaling og eventuelle tillegg. Lønnen skal være rettferdig og tilstrekkelig for å dekke de ansattes og deres families grunnleggende behov. Lønn skal utbetales punktlig og være i tråd med lovverk, kollektive avtaler eller avtaler som gir arbeidstakerne de mest gunstige betingelsene. Problemer med lønninger er i stor grad landspesifikke og krever kjennskap til lokale forhold. En desentralisert lønnsstruktur uten en nasjonal minstelønn bidrar til inntektsulikheter. Fabrikker betaler ofte kun lokale minstelønninger, som vanligvis ikke er tilstrekkelige for å sikre en levelønn. Bemanningsbyråer gjør forståelsen av faktiske lønnsutbetalinger mer kompleks. Ofte er arbeidstakere fra fjerntliggende provinser villige til å akseptere lavere lønninger, noe som bidrar til urettferdighet og en mer kompleks situasjon.

**FAGORGANISERING OG KOLLEKTIVE FORHANDLINGER:** Dette temaet dekker arbeidstakernes rett til å danne og bli med i fagforeninger etter eget valg, samt deres rett til å forhandle kollektivt gjennom disse fagforeningene. Dette innebærer retten til å engasjere seg i kollektiv lønnsfastsettelse. Det innebærer også arbeidsgivernes plikt til å anerkjenne fagforeninger, og inngå i konstruktive dialoger for å fremme rettferdige og bærekraftige arbeidsforhold. Vi ser av resultatene fra BSCI-rapporter at Kinas arbeidspraksis kan undergrave arbeidernes rettigheter og foreningsfrihet. En lav score på Global Rights Index til ITUC globale rettighetsindeks for 2022 indikerer at

fagorganisering og kollektive forhandlinger ikke praktiseres i stor nok grad i Kina. Manglende ratifisering av nøkkelkonvensjoner fra ILO, og juridiske begrensninger på fagforeninger hindrer kollektive forhandlinger. Representanter for ansatte i fabrikker prioriterer ikke i tilstrekkelig grad lønnsrelaterte saker, noe som også kan hindre fremgang i utviklingen av rettferdige lønnsystemer.

**HELSE OG SIKKERHET:** Helse og sikkerhet handler om å sikre arbeidstakernes fysiske og psykiske velvære på arbeidsplassen. Dette inkluderer beskyttelse mot yrkesskader og sykdommer, tilrettelegging for trygge og sunne arbeidsforhold, tilstrekkelig opplæring og utstyr for å utføre arbeidet trygt, samt tiltak for å fremme arbeidstakernes generelle helse og velvære. Arbeidsgivere er ansvarlige for å identifisere og redusere risikoer samt å implementere effektive helse- og sikkerhetsprosedyrer i samsvar med nasjonale lover og internasjonale standarder. Til tross for store fremskritt i sikkerheten på tekstilfabrikkene i Bangladesh, trengs det fortsatt tilsyn og forbedringer. Historiske utfordringer med helse og sikkerhet vedvarer, og krever fortsatt strenge krav og tett oppfølging fra produsenter, myndigheter og organisasjoner. Vår deltagelse i Accord skal sørge for en status hvor minst 75 % av avvikene som ble oppdaget ved første inspeksjon er utbedret innen en gitt periode. I tillegg sjekker VOICE overholdelse av HMS krav på fabrikk gjennom BSCI-inspeksjoner.

Den nåværende risikoen for utilstrekkelig helse og sikkerhet på fabrikkene anses som relativt lav basert på innsamlet dokumentasjon og inspeksjoner på fabrikkene. Det skyldes kontinuerlig tilsyn og vurderinger, og krever at det foreligger strenge krav og effektiv håndtering av eksisterende og potensielle problemer og mangler. Samtidig innser vi at inspeksjoner og undersøkelser gjennomført av Amfori må sees i sammenheng med funn fra andre aktører og overvåkningsorganer.

## IVERKSATTE TILTAK PÅ IDENTIFISERTE RISIKOOMRÅDER

**ARBEIDSTID:** Blant tiltakene for å håndtere problemer med arbeidstid har VOICE prioritert å starte med å identifisere produksjonsland med høy risiko. Resultatene av undersøkelsen viste at 65 % av VOICE sine produksjonsfasiliteter per 2023 hadde potensiale for å forbedre forhold relatert til anstendige arbeidstid. Disse fabrikkene var gitt en karakter D, som tilsvarer 30 %-50 % måloppnåelse på siste BSCI-fabrikkinspeksjon. Samtlige var lokalisert i Kina. Til tross for at det ble registrert en mindre forbedring sammenlignet med tallene fra 2022 – anser vi dette som et problem som må kontinuerlig følges opp.

Tilbakemelding har blitt gitt til de aktuelle fabrikkene, og VOICE har stilt krav om å etablere og gjennomføre relevante tiltak for å korrigere forholdene. Dersom fabrikken får score C eller lavere på en av de 13 indikatorene på inspeksjonsrapporten, krever VOICE at



fabrikledelsen deltar på relevante opplæringsprogrammer i regi av Amfori BSCI. Ved karakter D på indikatoren som omhandler anstendig arbeidstid, vil det være relevant med kursing i sosiale styringssystemer, rettferdig godtgjørelse og anstendig arbeidstid. Kursene gjennomføres på lokalt språk, enten online eller fysisk. Funn fra inspeksjonsrapporter blir alltid diskutert direkte med fabrikkledelsen når vi er på fabrikkbesøk, for å bedre forstå de bakenforliggende roten til utfordringene. VOICE har klare mål om vedvarende forbedringer i våre verdikjeder, og stiller strenge krav til at våre samarbeidspartnere kan vise til kontinuerlig positiv utvikling.

**LØNN:** For å håndtere utfordringene relatert til arbeidstid inkluderer våre tiltak en lønnskartlegging for å identifisere produksjonsland med høy risiko. Funn fra undersøkelsene og fabrikktilsyn har identifisert lønnsutfordringer i Kina, primært tilskrevet utilstrekkelige trykkesystemer og en belastende arbeidskultur i landet. I Bangladesh ser vi potensiale til forbedring, der lønnsproblemer dreier seg om forholdet mellom levelønn og den lovlige minstelønnen. Dagens lovlige minstelønn dekker omtrent 45 % av levelønnen på landsnivå, beregnet av uavhengige tredjeparter som Global Living Wage Coalition og Living Wage Indicator. Ett av tiltakene for å sikre en utvikling i retning av levelønn i VOICE sin verdikjede, har vært å delta i arbeidsgruppen for levelønn initiert av Etisk Handel Norge, hvor vi har utvekslet erfaringer

om beste praksiser rundt hvordan man kollektivt kan forbedre lønninger. Gjennom Amfori BSCI og QuizRR har både ledelsen og ansatte på mange av våre produksjonsfabrikker fått opplæring i å føre en god dialog på arbeidsplassen. Tiltaket skal sikre god dialog rundt lønn og lønnsutvikling.

Selv om lønnsproblemet ikke vil bli løst over natten, vil VOICE fortsette samarbeidet med QuizRR og engasjementet med arbeidsgruppen for levelønn. I tillegg vil vi forbedre kommunikasjonen med leverandører gjennom digitale møter og fabrikkbesøk for å diskutere løsninger for å redusere lønnsutfordringene til de ansatte. I nærmeste fremtid vil vi også utforske bruk av modeller for åpen kostnadsberegning i prisforhandlinger med leverandører.

**FAGORGANISERING OG KOLLEKTIVE FORHANDLINGER:** Problematikken rundt fri fagorganisering og kollektive forhandlinger er en av de mest krevende områdene å jobbe med, ettersom det i flere av våre produksjonsland rett og slett ikke finnes noen velfungerende fagorganisasjoner. I mange tilfeller er man derfor nødt til å jobbe for andre type demokratiske måter å organisere seg på blant annet gjennom arbeiderutvalg. Arbeidstakernes rett til fri fagorganisering og kollektive forhandlinger er oppført som et krav i våre etiske retningslinjer. Gjennom tilsyn/inspeksjoner har vi kartlagt om fabrikkene har en velfungerende fagforening, eller arbeiderutvalg dersom det ikke er et nasjonalt lovkrav i produsjonslandet om



etablering av fagorganisasjon på fabrikk. Funn fra inspeksjonsrapporter blir alltid diskutert med leverandøren, per e-post, under fabrikkbesøk eller i møter med leverandørene.

Gjennom å implementere QuizRR's Worker Engagement-program på våre strategisk viktigste produksjonsfabrikker, har vi som mål å forbedre kommunikasjonen mellom de ansatte og ledelsen på fabrikkene. QuizRR's Worker Engagement-modul fokuserer på å øke tilliten, engasjementet og arbeidernes stemme på fabrikkene ved å bygge strukturerte og velfungerende kanaler som ansatte kan bruke for å ta opp problemer/spørsmål med ledelsen, uten å være redd gjengjeldelse. I Bangladesh, krever gjeldende forskrifter 20 % representasjon for organisasjoner med opptil 3 000 ansatte og 15 % for større organisasjoner for at de skal kunne etablere fagforeninger. Myndighetene i Bangladesh innser behov for forbedringer og beskyttelse av fabrikkansatte. Arbeidsministeren i Bangladesh har derfor uttrykt planer om å forenkle reglene for å danne fagforeninger gjennom arbeidsloven, med mål om å gradvis redusere samtykke som kreves for å etablere fagforeninger i fabrikker.

Slik VOICE sin policy for bærekraftig forretningspraksis presiserer, støtter vi retten til organisasjonsfrihet og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. Vi forplikter oss til å involvere arbeiderrepresentanter og andre relevante interessenter

i dialog med leverandørene der det er nødvendig for å forsvare arbeideres interesser.

**HELSE OG SIKKERHET:** Vi støtter arbeidet med helse og sikkerhet på fabrikkene gjennom blant annet partnerskap med Accord. VOICE har signert Pakistan Accord og Bangladesh Accord, og forpliktet oss til å støtte arbeidet Accord har gjort, og fortsetter å gjøre på produksjonsfabrikkene. Målet med Accord er å forbedre sikkerheten på fabrikkene gjennom sikkerhetsinspeksjoner, forbedringstiltak, HMS-kursing for ansatte og etablering av HMS-komiteer på fabrikk, for å skape trygghet for de ansattes helse og sikkerhet. Utover Accord-programmet benytter vi BSCI-inspeksjoner for å identifisere sikkerhetsrisikoer, og tilbyr opplæring av fabrikkledelsen og ansatte gjennom Amfori BSCI og QuizRR. Fremover planlegger vi å forbedre sikkerhetsprotokoller ved å blant annet hyppigere kartlegge leverandørers sikkerhets-sertifiseringer, spesielt i land som Kina, hvor Accord ikke opererer. Å opprettholde tett kommunikasjon, gjennomføre kontinuerlige fabrikktilsyn, og tilby QuizRR-opplæring forblir en del av våre rutiner.

#### **KARTLEGGING AV INFORMASJON OM VÅRE LEVERANDØRER OG FABRIKKER**

I VOICE gjør vi kontinuerlig undersøkelser av fabrikkene vi benytter i vår produksjon ved hjelp av Amfori BSCI. Målet med denne kartleggingen er å identifisere hvilke områder som utgjør høyest risiko for negativ påvirkning på

menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Kartleggingen og vurderingen følger åpenhetsloven § 4 første ledd bokstav b. Merk at vi snakker om risiko for mennesker i og rundt virksomhetene, ikke risiko for virksomheten i seg selv. Kartleggingsprosessen består av informasjonsinnsamling fra leverandørene og fabrikkene. Videre vurderes denne informasjonen for å få en grundig forståelse av de sosiale forholdene. Informasjonen sammenfattes per tema. Funn fra Amfori BSCI-inspeksjoner gir VOICE en oversikt over forhold per fabrikk som blir evaluert. VOICE ønsker å bidra til å kontinuerlig forbedre de sosiale forholdene i fabrikkene. For å gjøre dette er vi nødt til å kjenne til status på alle fabrikkene vi produserer i, inkludert hva som fungerer godt og hva som kan forbedres.

Vi tar en proaktiv rolle i å håndtere identifiserte problemer, og tar raskt kontakt med leverandører for at de skal implementere korrigerende tiltak og forbedringer. Vi deler en oppsummering av funn, samt tilbakemeldinger om hva vi mener må korrigeres og spesifiserer de områdene som trenger prioritering. I tillegg deler vi informasjon om relevante opplæringskurs i regi av Amfori BSCI som bør gjennomføres. Utviklingen blir fulgt opp, og resultater gjennomgått under neste tilsyn.

I VOICE engasjerer vi oss aktivt i å fremme etisk praksis i vår verdikjede gjennom en rekke strategiske tiltak og initiativer. Vi kartlegger

sosiale områder av spesiell relevans for vår industri, som for eksempel arbeidstid, lønninger og kollektive forhandlinger. Gjennom direkte dialog, fabrikktilsyn, og bruk av innovative opplæringsverktøy som QuizRR, evner vi å komme nærmere våre leverandører. Vi streber etter kontinuerlig forbedring og økt ansvarlighet i verdikjeden.

Fri fagorganisering er et viktig fundament i arbeidet med ansvarlig forretningspraksis, og kan bidra til forbedringer innen flere områder, som kollektive forhandlinger, anstendig arbeidstid, levelønn, HMS og diskriminering. Ettersom fagforeningsorganisasjonene i Bangladesh ikke står særlig sterkt, og fabrikkansatte i Kina i prinsipp ikke kan velge sin egen fagforening, men kun organisere seg i den offisielle statlige styrte arbeidstakerforeningen, øker det risikoen for at fabrikkansatte ikke har en reell mulighet til å få sin stemme hørt, eller ha påvirkningskraft på ledelsen. Derfor er det viktig at vi jobber kontinuerlig med forbedringer knyttet til: måling av arbeidstid, lønnsstrukturer, størrelsen på lønninger og årsaker til forskjeller, hvordan og hvor ofte lønnsutbetalinger skjer, herunder om lønn er kontraktsfestet og om vilkår er tydelig beskrevet. Dette er bare noen eksempler på hvordan vi jobber for å sikre minstelønn og gode lønnsstrukturer i fabrikkene.

Direkte kontakt og relasjonsbygging med leverandører og produsenter, er et prioritert område for VOICE og noe vi ønsker å gjøre mer av i tiden fremover.





VOICE fortsetter sitt samarbeid med Amfori BSCI for gjennomføring av inspeksjoner på fabrikkene, og evaluering av resultater.

#### ANDRE SOSIALE FORHOLD AV VESENTLIG BETYDNING I TEKSTILFABRIKKER

Andre sosiale forhold som evalueres, følges opp og jobbes med er tvangsarbeid, barnarbeid, sosiale styringssystemer, uregulære ansettelser inkludert migrantarbeid og hjemmearbeid, unge arbeidstakere (ikke barnarbeid) og diskriminering, vold og truende atferd.

#### DISKRIMINERING, VOLD OG TRUENDE ATFERD:

Diskriminering refererer til enhver form for urettferdig behandling av ansatte basert på kjønn, etnisitet, religion, seksuell orientering, alder eller funksjonshemming. Vold og truende atferd er alle former for trakassering, enten seksuell, psykisk eller fysisk, som kan forekomme på arbeidsplassen.

Under fabrikkinspeksjoner sjekkes det at det ikke forekommer diskriminering, vold eller trakassering. Vi fokuserer på å identifisere leverandørenes forpliktelser og tiltak for å skape en rettferdig og trygg arbeidsplass. Dette inkluderer å evaluere om de ansatte har like muligheter, hvilke sårbarheter spesifikke grupper har, om det oppstår diskriminering, vold eller trakassering på arbeidsplassen og hvordan eventuelt leverandørene håndterer det.

Vi ser etter om det har blitt utarbeidet klagemekanismer som fungerer, om leverandørene

har forebyggende tiltak og klare prosedyrer for å unngå brudd og hvordan leverandørene håndterer negative konsekvenser og unngår at de oppstår. Undersøkelsene etterspør blant annet dokumenterte bevis som for eksempel disiplinærregistre, evalueringer, og dokumentasjon av ansettelses- og forfremmelsesprosesser for å verifisere overholdelse av disse standardene. I tillegg vurderes det om klageordningene fungerer, og hvordan disse bidrar til forbedringer. Det undersøkes om alle ansatte kjenner til klagemekanismene der de jobber, om det tilbys opplæring og hvordan informasjonen deles med de ansatte. Hvor effektive klageordningen er, hva slags lærdommer fabrikken har hentet fra klager, og opplæring av fabrikkansatte i bruk av slike klageordninger.

#### UREGELMESSIGE ANSETTELSESFORHOLD:

Uregelmessige ansettelsesforhold knyttet til midlertidig ansettelse, hjemmearbeidere, prøvetidsperioder eller uformelle arbeidsavtaler som ikke tilbyr jobbsikkerhet, og/eller garantier som for eksempel faste arbeidstider, helseforsikring, permisjon eller pensjonsrettigheter.

Gjennom fabrikkinspeksjoner undersøkes det om leverandørene kan bevise at de tilbyr sikker, lovlig og rettferdig ansettelse og tilstrekkelig beskyttelse til ansatte gjennom alle stadier, fra rekruttering til oppsigelse.

Det blir også sjekket om leverandørene benytter eksterne rekrutteringsbyråer, og hvilke avtaler de undertegner med disse. Det er viktig at klar

og rettferdig informasjon gis til kandidater før ansettelse, både gjennom intern og eksterne rekruttering. Et nøkkelspørsmål under evaluering av 'uregelmessige arbeidsforhold' hos VOICE sine leverandører er om ansettelsesrutiner er i tråd med lokalt regelverk. Dokumenter som etterspørres under inspeksjonene er eksempelvis arbeidskontrakter, rekrutteringsutlysninger og oversikter over underleverandører, lærlingordninger og informasjon om sesongarbeidere.

**UNGE ARBEIDSTAKERE:** Unge fabrikkansatte er de som er over den lovlige aldersgrensen for arbeid, men som fortsatt kan være særlig utsatt for urettferdige praksiser på arbeidsplassen gitt deres lave alder og lite erfaring.

VOICE ønsker å avdekke om unge arbeidstakere behandles rettferdig og innenfor de lovmessige kravene for målgruppen. Dette innebærer strenge tiltak som å sikre at arbeidstid ikke går utover muligheten for å fullføre utdanning forhindrer eksponering av kjemikalier som er vanskelig å håndtere og sikre tilstrekkelig med opplæring. Leverandører må gjennomføre en risikovurdering som viser at de har på plass gode systemer og forebyggende tiltak som ivaretar unge arbeidstakere. I tillegg er det viktig å undersøke om det foreligger mekanismer for å gi unge arbeidstakere tilgang til effektive klagemekanismer, samt spesialisert opplæring og oppfølging der det er nødvendig. Yrkes-spesifikk opplæring i helse og sikkerhet er et krav for unge arbeidstakere, og leverandørene

er påkrevd å opprettholde fullstendig oversikt over deres arbeidstimer. Dokumentasjonen som kreves er blant annet opplæringslogger, risikovurderinger, og oversikter over unge arbeidstakere og deres timeføring.

**TVANGSARBEID:** Innebærer alle former for tvangsarbeid, og risikoer i arbeidsforhold for tvunget arbeid og rekruttering. Det inkluderer arbeid der betaling blir brukt som pressmiddel og alle former for fengselsarbeid.

For å avdekke om det forekommer tvunget arbeid i våre verdikjeder, undersøker vi våre leverandørers forpliktelse til å forhindre tvangsarbeid og menneskehandel. VOICE understreker viktigheten av etiske rekrutteringspraksiser, for å sikre at arbeidstakere er ansatt frivillig, fullt informert om sine rettigheter, og ikke utsatt for noen form for moderne slaveri.

Våre vurderinger av tvangsarbeid retter seg mot risiko både i arbeidsforhold og rekrutteringsprosesser, spesielt for migrantarbeidere, og fremhever behovet for et åpent og pålitelig samarbeid med rekrutteringsbyråer. Alle leverandører må kunne bevise nulltoleranse til umenneskelig behandling, fysisk straff og tvang, og rettferdig behandling av sine ansatte. I tillegg må leverandørene vise til dokumentasjonslogg ved ansettelser gjennomført av rekrutteringsbyråer, veldefinerte disiplinære prosedyrer, og dokumentert bevis på overholdelse. Relevante dokumenter inkluderer bevis på opplæring som



er gitt til egne ansatte og bemanningsbyråer, arbeidstillatelser som validerer lovlig sysselsetting, visum, bolig, opplæring, betaling, og utdanningsdokumentasjon, og dokumentert bevis på disiplinære prosedyrer. Leverandører oppfordres til å viderefremme disse kriteriene og prinsippene i deres verdikjeder og til deres forretningsforbindelser.

**BARNEARBEID:** Arbeid utført av individer yngre enn 15 år, eller 14 år i visse land. Barnearbeid anses å være mentalt, fysisk, sosialt og/eller moralsk skadelig. Slikt arbeid forstyrrer utdanning og skolegang, og kan under ingen forutsetninger klassifiseres som 'lett arbeid'.

Evaluering av dette området har som formål å forhindre barnearbeid, både direkte og indirekte i VOICE sin verdikjede. Vi følger tydelige kriterier for å faktisk identifisere om det forekommer barnearbeid. Der det er relevant kreves det å definere 'lett arbeid', og sikre at farlig arbeid utføres av ansatte med en minimumsalder på 18 år. 'Lett arbeid' refererer til deltakelse av barn eller ungdom i arbeidsaktiviteter som for eksempel hjelpe foreldrene sine rundt hjemmet (inkludert jordbruk), bistå i en familiebedrift og tjene lommepenger utenfor skoletiden og/eller i løpet av skoleferier.

Leverandører må sikre og bevise at de ikke knyttes til ulovlig barnearbeid. De må vise til forståelse og overholdelse av lokale lover, og proaktiv håndtering av risikoer knyttet til

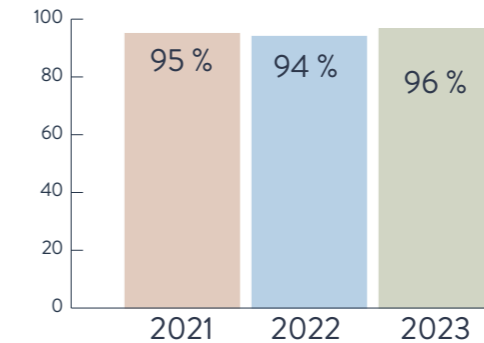
tekstilsektoren, den kulturelle konteksten og landspesifikke risikoer. Mekanismer for aldersverifisering i rekrutteringsprosessen, skriftlige retningslinjer som beskytter barn mot utnyttelse, og tiltak for gjenoppbygging av brudd knyttet til barnearbeid er påkrevd i analysen av leverandører. Vurderingen inkluderer en stor mengde med innhentet informasjon, og grundig analyse.

Alle disse områdene blir evaluert, kartlagt og analysert i et verktøy der VOICE kan følge opp forbedringer og utviklingen over tid. Basert på resultatene fra evalueringen, utarbeider vi tiltak som blir delt og fulgt opp i tett samarbeid med leverandørene.



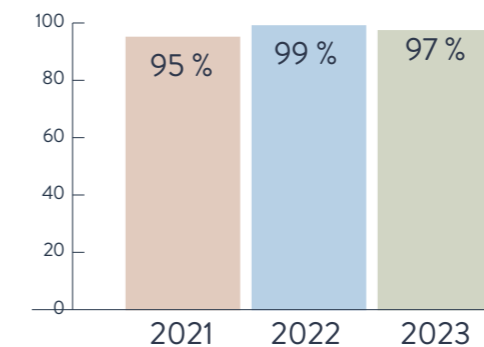
## FAGORGANISERING OG KOLLEKTIVE FORHANDLINGER

### ANDEL LEVERANDØRER I LAND MED BEGRENSNINGER I FRI FAGORGANISERING ELLER KOLLEKTIVE FORHANDLINGER



I følge 2022 ITUC Global Rights Index ligger Bangladesh, Kina, India og Tyrkia på listen over land som får 'Rating 5; No guarantee of (workers) rights'. Grafen over reflekterer andel leverandører i disse landene.

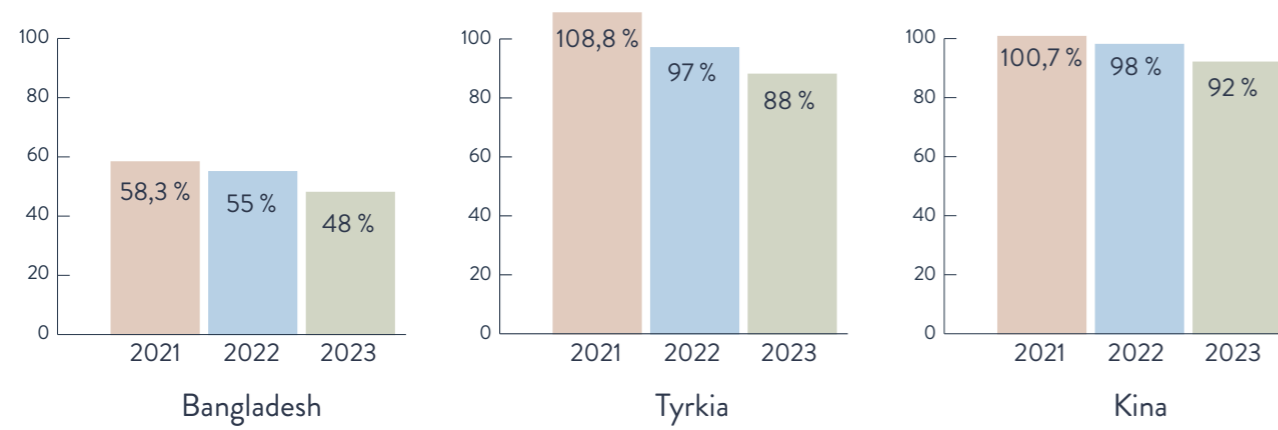
### ANDEL LEVERANDØRER MED ANNEN ARBEIDERREPRESENTASJON ENN FAGFORENING



På de aller fleste av våre produksjonsfabrikker blir de ansatte representert gjennom ulike typer arbeiderutvalg som for eksempel: arbeidskomiteer, ansattrepresentanter, velferdsforeninger, for å nevne noen. Informasjonen er hentet fra inspeksjonsrapporter gjennom Sedex, BSCI og SA8000.

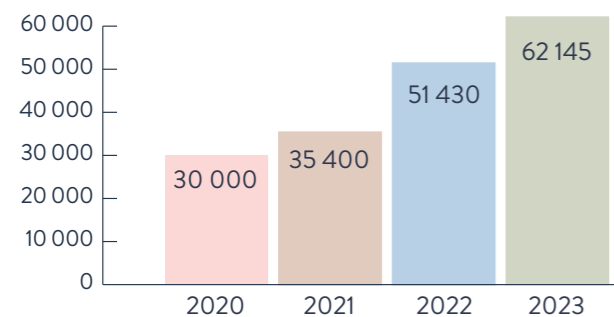
## LEVELØNN

GRAFENE VISER LAVEST UTBETALTE LØNN SAMMENLIGNET MED BEREGNET LEVELØNN I DET DEMOGRAFISKE OMRÅDET

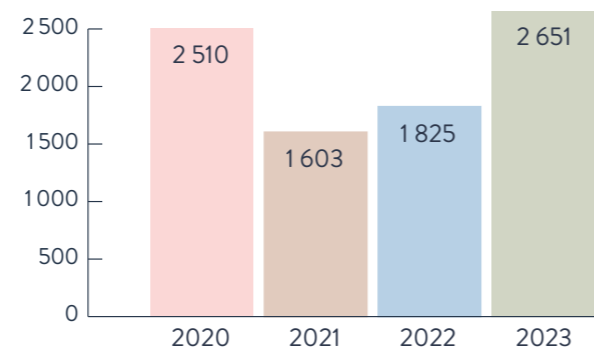


## HELSE OG SIKKERHET

TOTALT ANTALL ANSATTE I VÅR VERDIKJEDE SOM HAR FÅTT OPPLÆRING GJENNOM ACCORDS HMS (WORKPLACE SAFETY) PROGRAM I BANGLADESH SIDEN OPPSTART 2016

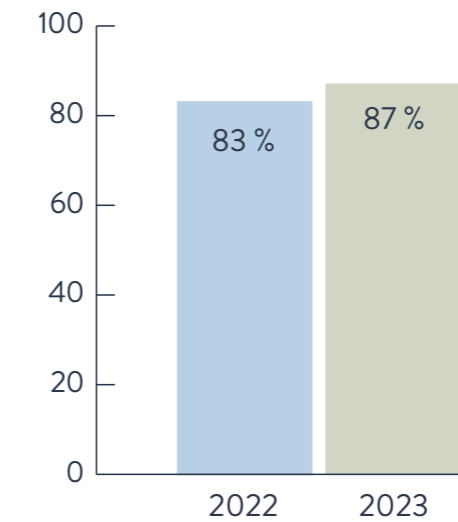


ANTALL ANSATTE SOM HAR BLITT KURSET I 'ARBEIDSTAKERENS RETTIGHETER OG ANSVAR' GJENNOM QUIZRR



## ARBEIDSTID

ANDEL FABRIKKER MED SCORE D PÅ RISIKOOMRÅDET 'ANSVARLIG ARBEIDSTID' I KINA



VOICE har identifisert høy risiko relatert til utilstrekkelige styringssystemer og overdreven bruk av overtid i fabrikk. Disse to problemene henger sammen, da mangelen på et ordentlig styringssystem gjør det vanskelig å sikre at arbeidsmengden (produksjonsmengden) er tilpasset arbeidskapasiteten i fabrikk. Mengden overtidarbeid har sammenheng med lav minimumslønn. Dette kan føre til at ansatte ønsker å jobbe mer enn de lovregulerte timene per måned.

# Innkjøpspraksis

VOICE skal fremme høye arbeids- og miljøstandarder gjennom ansvarlig innkjøpspraksis.

VOICE anser ansvarlig innkjøpspraksis som et av våre viktigste virkemidler i arbeidet for bærekraftig forretningspraksis. Vi skal tilpasse måten vi gjør innkjøpet på for å styrke, og ikke undergrave, leverandørers forutsetninger til å levere på kravene vi stiller. Gjennom ansvarlig og etisk innkjøpspraksis etterstreber vi gode forhold for mennesker, samfunn og miljø i drift vi påvirker.

Vi søker å etablere varige og stabile relasjoner med leverandører som er dedikerte til å ta vare på sine ansatte og miljøet, og som bidrar til positiv utvikling i hele verdikjeden. Vår forretningspraksis er dypt forankret i respekt for mennesker, samfunn og miljø. Dette reflekteres i VOICE sin policy for bærekraftig forretningspraksis, som klargjør de standarder vi forventer

av våre ansatte og leverandører. Ansvarlig og rettferdig forretningspraksis anses som essensielt for å oppnå bærekraftig vekst, i samsvar med vår strategi og verdier.

Vi utfører aktsomhetsvurderinger og pålegger våre leverandører og partnere å implementere liknende prosedyrer. Vi er bevisste på at vår virksomhet og våre operasjoner kan medføre både direkte og indirekte negative konsekvenser for mennesker, samfunn og miljø. Imidlertid har vi, som innkjøpere, en enestående mulighet til å bidra positivt gjennom våre valg av hva, hvor og hvem vi kjøper våre materialer fra.

VOICE søker strategiske samarbeid med leverandører som viser en spesiell vilje og evne til å fremme positiv utvikling for mennesker, samfunn og miljø i leverandørkjeden.



I policy for bærekraftig forretningspraksis stiller VOICE spesifikke krav til egen virksomhet og egne ansatte. De mest sentrale kravene inkluderer:

- Gjennomføring av aktsomhetsvurderinger, der vi gjør egne risikokartlegginger av potensiell negativ påvirkning på mennesker, samfunn og miljø, samt bidrar til å stanse, forebygge og redusere slik påvirkning. Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning skal vi stanse denne aktiviteten, og vi vil søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen eller skaden, stiller vi krav til leverandøren om forebygging og gjenoppretting.
- Reduksjon av miljøavtrykket av vår eget virksomhet. VOICE har utarbeidet en egen retningslinje for miljø som beskriver føringer, tiltak og målsettinger for miljøarbeidet. Alle medarbeidere i VOICE har ansvar for å bidra til å etterleve og oppfylle ambisjonene VOICE har satt.
- VOICE opptrer åpent og ærlig om egen forretningspraksis i møte med kunder, ansatte, leverandører og eksterne interessenter. Gjeldende målsettinger, retningslinjer, tiltak og krav, samt oversikt over produksjonsfabrikker, skal til enhver tid være tilgjengelig på våre hjemmesider. VOICE sine strategiske ambisjoner for arbeidet med bærekraftig forretningspraksis beskrives i VOICE sin leverandørhåndbok, og blir satt i praksis under forhandlinger og i dialog med våre leverandører. I utforming av mål, tiltak og krav skal VOICE innhente innspill fra interessenter som berøres av, eller har kunnskap om det relevante området.



VOICE har implementert en ansvarlig innkjøpspraksis for å fremme bærekraft og etikk i hele vår verdikjede. Med utgangspunkt i kategoriplaner som bygger på erfaringer fra forrige sesong, utvikler vi en detaljert innkjøpsplan med tydelige frister fra alle involverte avdelinger i VOICE. Vår sourcing-avdeling, etablert i 2021, har som mål å forvalte vår leverandørportefølje, med forventninger om ordremengde og volum basert på tidligere sesongers prestasjoner. Dette er reflektert i vår praksis for å reservere materialer, som benyttes i større programmer på tvers av våre merkevarer, detaljert i vår produktmanual.

I tillegg til krav spesifisert VOICE sin Policy for Bærekraftig Forretningspraksis, og Leverandørhåndbok har vi laget en liste med minimumskrav for leverandørene. Vi deltar aktivt i kurs om ansvarlig innkjøpspraksis i regi av Etisk Handel Norge. Vi samler inn detaljert informasjon om materialer, leverandører, fabrikker, priser, ledetider og sertifiseringer for alle ordrene, og sikrer en grundig gjennomgang før bestillingsprosessen.

VOICE opprettholder en streng policy mot kansellering av ordre. Selv under Covid-19 pandemien ble ingen ordre kansellert; de ble i stedet utsatt i samråd med våre leverandører. Vi fokuserer på å redusere antall leverandører og har implementert strengere kriterier for leverandør oppfølging, inkludert sosiale og miljømessige aspekter, revisjoner, fremtidige investeringer og planer for kontinuitet med strategiske leverandører.

Vi prioriterer direkte kommunikasjon med fabrikker uten mellommenn, og legger vekt på etisk prisforhandling og dialog. Gjennom regelmessige leverandørbesøk av våre ansatte i sourcing, bærekraft og produktutvikling, styrker vi våre relasjoner. Ved å tilpasse oss leverandørers kapasitet og vedta innovative praksiser som 3D-design, styrker vi produktutviklingen og bidrar til en mer ansvarlig og bærekraftig verdikjede.

VOICE ønsker en leverandørportefølje med leverandører som respekterer strenge krav til etikk og produkt. Videre trenger vi mer utdypende prisspesifikasjoner for ordrene. Ved å ikke operere med 'open costing' risikerer vi å ha negativ påvirkning på eksempelvis lønnsbetingelser. 'Open costing' er en metode for å forstå de detaljerte kostnadene som er involvert i produksjonen av klær. Det spesifiserer pris for produksjonsprosessen, materialer, arbeidskraft og andre utgifter, som administrative funksjoner. Ved å bruke denne metoden kan innkjøpere og leverandører samarbeide for å forstå hvert element i kostnadsstrukturen, samtidig som rettferdige lønninger og forhandlinger ivaretas. Denne transparensten kan også tjene som et forhandlingsverktøy, der informerte diskusjoner om priser muliggjør kostnadsbesparelser.

Utfordringene med utvikling av vareprøver som aldri faktisk produseres, understreker også de økonomiske og ressursmessige kostnadene ved å utvikle vareprøver i riktig materiale og farger.

Derfor er det veldig uvanlig hos VOICE å cross sample. 'Cross sampling' betyr at en prøve av et design blir utviklet med flere ulike leverandører for å sammenligne resultatene når det gjelder kvalitet, håndverk og pris.

VOICE har forpliktet seg til å møte disse utfordringene på flere måter. Først ved å opprette en liste over godkjente produsenter. Deretter ved å innføre rutiner for tilsyn og vurdering av fabrikker før et samarbeid starter. Til slutt vil vi utføre en grundig vurdering av produsentenes kapasiteter og begrensninger, hvor vi også tar hensyn til etiske standarder. Med kapasiteter refererer vi til fabrikkens evne til å produsere, håndtere produksjonsvolum, benytte ulike produksjonsteknikker, og oppfylle spesifikke krav eller standarder innen spesifikke produktkategorier. Regelmessige kurs for produktteamet og en gjennomgang av egen innkjøpspraksis er essensielt, med etablering av KPIer for å måle og takle utfordringer med tech packs, treffrate, stoffvalg og prøveproduksjon. 'Tech packs' er et dokument som samler informasjon om et plagg. Det inneholder alle nødvendige spesifikasjoner som trengs for at en produsent skal kunne omdanne et designkonsept til et fysisk objekt. Et typisk tech pack inkluderer detaljert informasjon om materialer, dimensjoner, syinstruksjoner, fargevalg, plassering av etiketter, og andre spesifikasjoner som er avgjørende for å lage det ønskede plagget. Det inneholder ofte også flate tegninger eller skisser av produktet fra flere vinkler.

Tech packs sikrer at designere og produsenter er på samme side når det gjelder produktets design og krav, noe som reduserer sannsynligheten for feil, misforståelser og forsinkelser i produksjonsprosessen.

VOICE anerkjenner viktigheten av tverrfaglig involvering i innkjøpsprosessen, inkludert roller som påvirker innkjøpspraksis som kategori, økonomi og logistikk. Strategien inkluderer også å utnytte kapasiteten i lavsesongen og å gjøre innkjøpere delansvarlige for oppfølging av bærekraft i fabrikkene. Denne tilnærmingen reflekterer VOICE sin identitet, styrker samarbeidet med leverandører og tilrettelegger for en mer etisk, miljøvennlig og sosialt ansvarlig forretningspraksis.

VOICE leverandørhåndbok er en veileder for leverandørene. Den adresserer kritiske prosesser som ansvarlig innkjøp, etiske standarder, miljøansvar, og mer, med mål om å skape et gjensidig, fordelaktig og langvarig partnerskap. Håndboken inkluderer detaljerte krav til leverandørene og oppfordrer til en åpen dialog for kontinuerlig forbedring, og fungerer som et referansedokument for å sikre etterlevelse av VOICE sine retningslinjer.



# Materialer

Materialvalget til et klesplagg har stor betydning for plaggets miljøpåvirkning. Ifølge beregninger fra World Resources Institute (WRI) står materialene i klærne for 24 % av utslippene i produksjonen av et klesplagg. I tillegg har materialvalget betydning for hvilken risiko som er knyttet til de sosiale forholdene i produksjonen av både råvaren, materialet og det endelige produktet. Materialvalget har også mye å si for plaggets kvalitet, holdbarhet, og betydning for i hvilken grad plagget kan inngå et sirkulært kretsløp gjennom resirkulering.

Material- og fibervalg er derfor et område VOICE har jobbet en god del med. Viktigste i dette arbeidet er vår fiberstrategi som ble etablert i 2019, og som siden har blitt revidert i flere omganger. Dagens strategi, målsettinger og minstekrav ble etablert i 2021 – med unntak av en justering av våre målsettinger for syntetiske materialer som ble gjort i 2023. Overordnet er vår målsetting å kjøpe inn 100 % av våre råmaterialer gjennom en sertifisering eller ordning som sikrer ansvarlig produksjon av den aktuelle fiberen/råmaterialet innen utgangen av 2025. I praksis betyr dette at råmaterialet skal tilfredsstillere minstekravet som er spesifisert i fiberstrategien. For de fleste råvarekategorier

– bomull, ull, menneskeskapte cellulosefibre og skinn – er målet å kjøpe inn 100 % i henhold til minstekravet innen utgangen av 2023.

VOICE sin fiberstrategi gir ikke føringer om hvilke fibre som skal benyttes fremfor andre fibre i en annen kategori – for eksempel bomull fremfor ull. Dette er blant annet fordi kunnskapsgrunnlaget for å gjøre denne typen skifte av fiberbruk ikke er tilstrekkelig, hverken med tanke på de miljøberegninger som finnes for ulike fibertyper, eller kunnskapen om hvordan et eventuelt fiberbytte ville påvirke varighet og levetid for et klesplagg. Målet med fiberstrategien er derfor tredelt; 1) å sikre ansvarlig produksjon av den aktuelle råvaren med tanke på sosial bærekraft og dyrevelferd, 2) å redusere klima- og miljøavtrykket innenfor den aktuelle fiberkategorien (for eksempel bomull), samt 3) å oppnå sporbarhet fra råvare til endelig produkt gjennom å velge sertifiseringer som tilbyr verifiserte sporbare fibre.

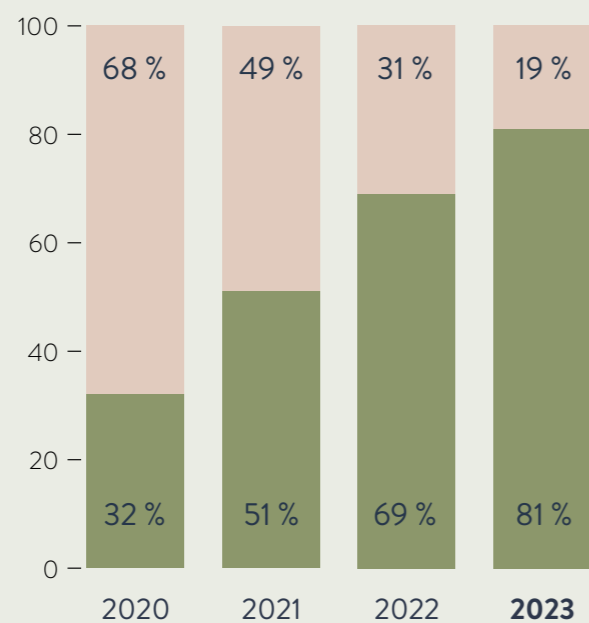
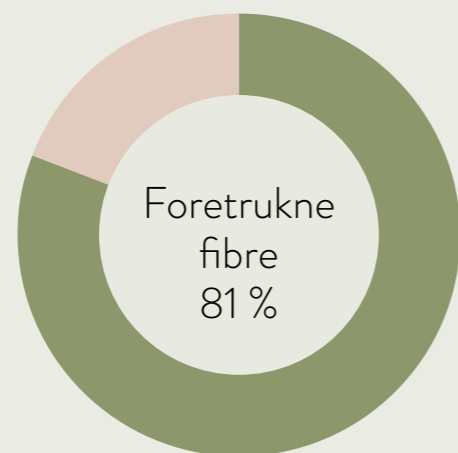
Vår fiberstrategi gjennomgår en årlig revisjon for å holde tritt med rask utvikling innen tilgjengelighet og kunnskap om ulike sertifiseringer og systemer for fiberkategorier. Selv om vi sikter mot å bruke sertifiserte fibre og materialer som kan spores, har vi ennå ikke

fastsatt konkrete frister for når dette målet skal nås. Dette skyldes utfordringene leverandørkjeden møter med å utvikle nødvendige prosesser og kontrollsystemer for sertifisert sporbarhet fra start til slutt. Dessuten fører digital innovasjon til nye metoder for å oppnå sporbarhet, noe som kan forandre hvordan vi oppnår fullstendig sporbarhet. Derfor er det for tidlig å fastslå når vi realistisk kan oppnå total sporbarhet fra råmateriale til det ferdige produktet for all vår design og egen produksjon. Likevel skal ikke dette forhindre oss i å kontinuerlig arbeide for å forbedre sporbarheten og stadig heve ambisjonsnivået i vår fiberstrategi.

Vi evaluerer fremskrittene i planen vår årlig, og vi har sett betydelig fremgang siden vi startet dette arbeidet i 2019. På kun fire år har vi økt andelen av fibre som er i tråd med strategien vår fra 32 % i 2020 til 81 % i 2023. I 2024 sikter vi mot å nå nesten 100 % måloppnåelse på tvers av alle fiberkategorier. Dette er en utvikling vi er svært stolte av!

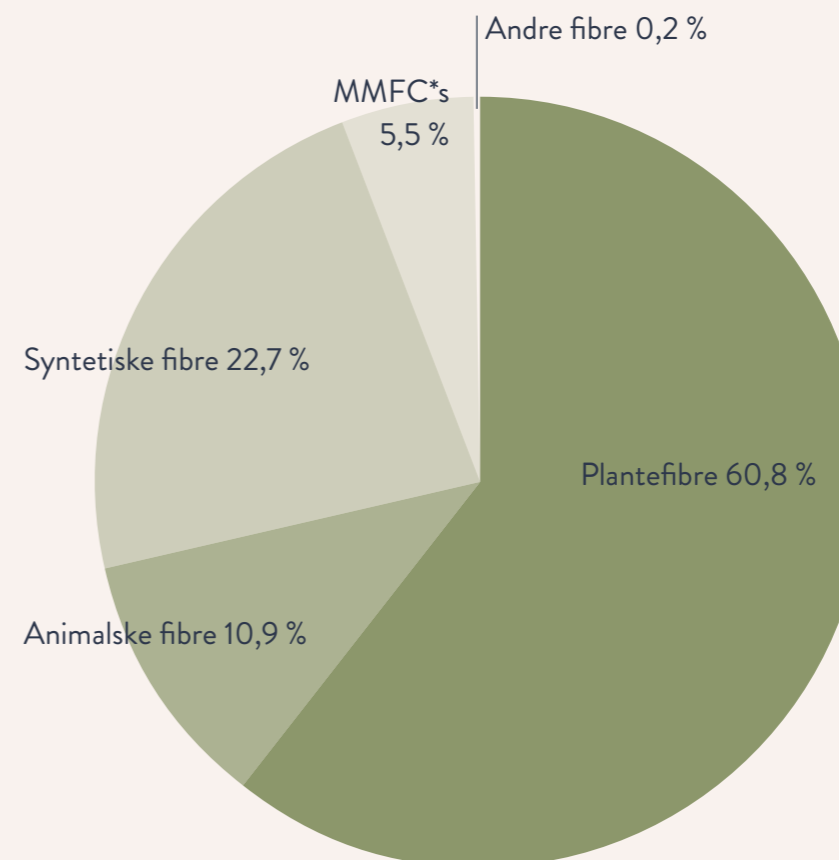


2023 SAMMENDRAG  
FORETRUKNE VS. KONVENSJONELLE FIBRE



Andel konvensjonelle fibre  
Andel foretrukne fibre

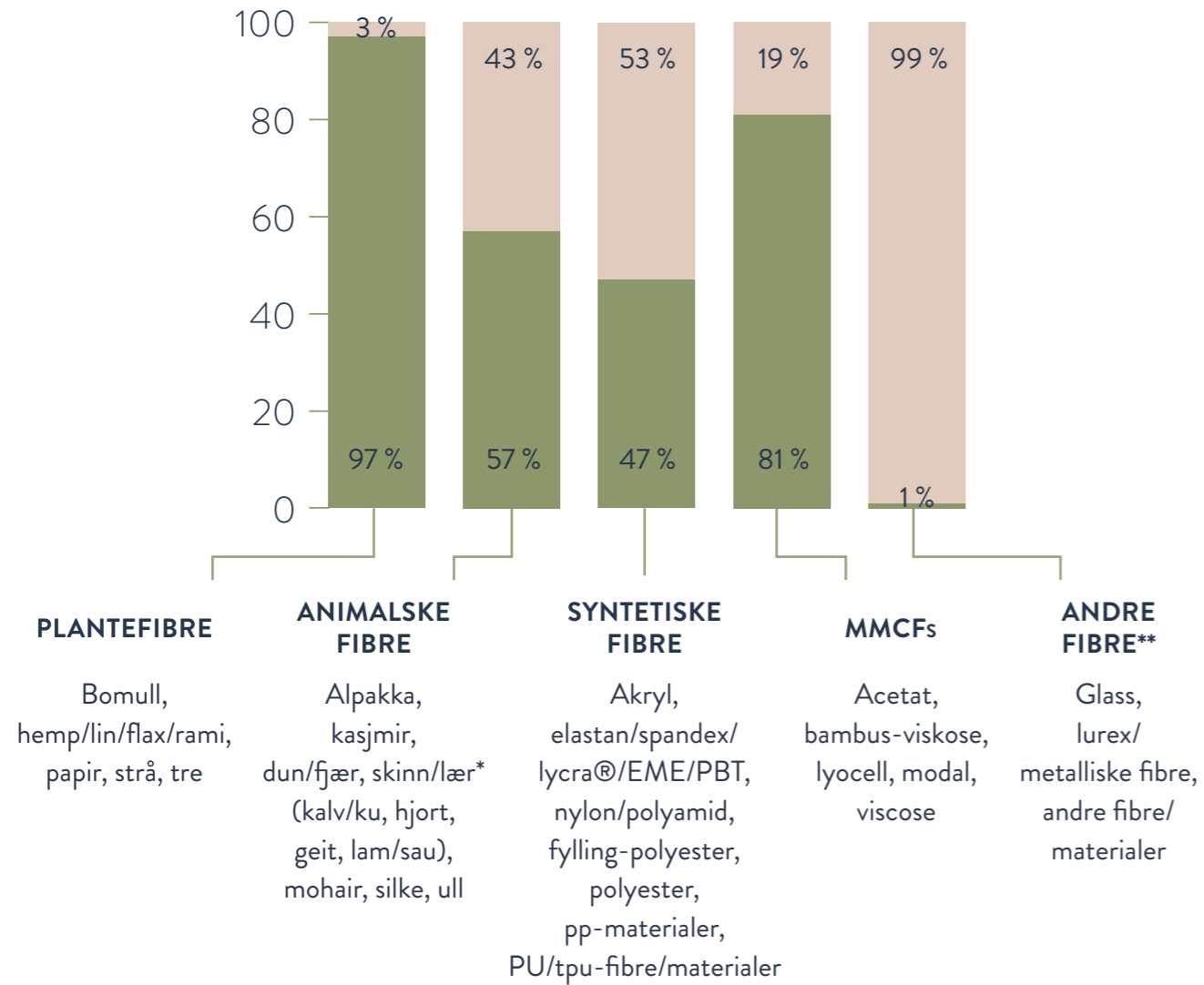
FIBERTYPE BRUKT I PRODUKSJON AV EGNE VARER I 2023



\*MMCF (Man Made Cellulosic Fiber) er en samlebetegnelse på cellulosebaserte materialer, vanligvis fra tremasser. Viskose, lyocell og modal er eksempler på MMCF.

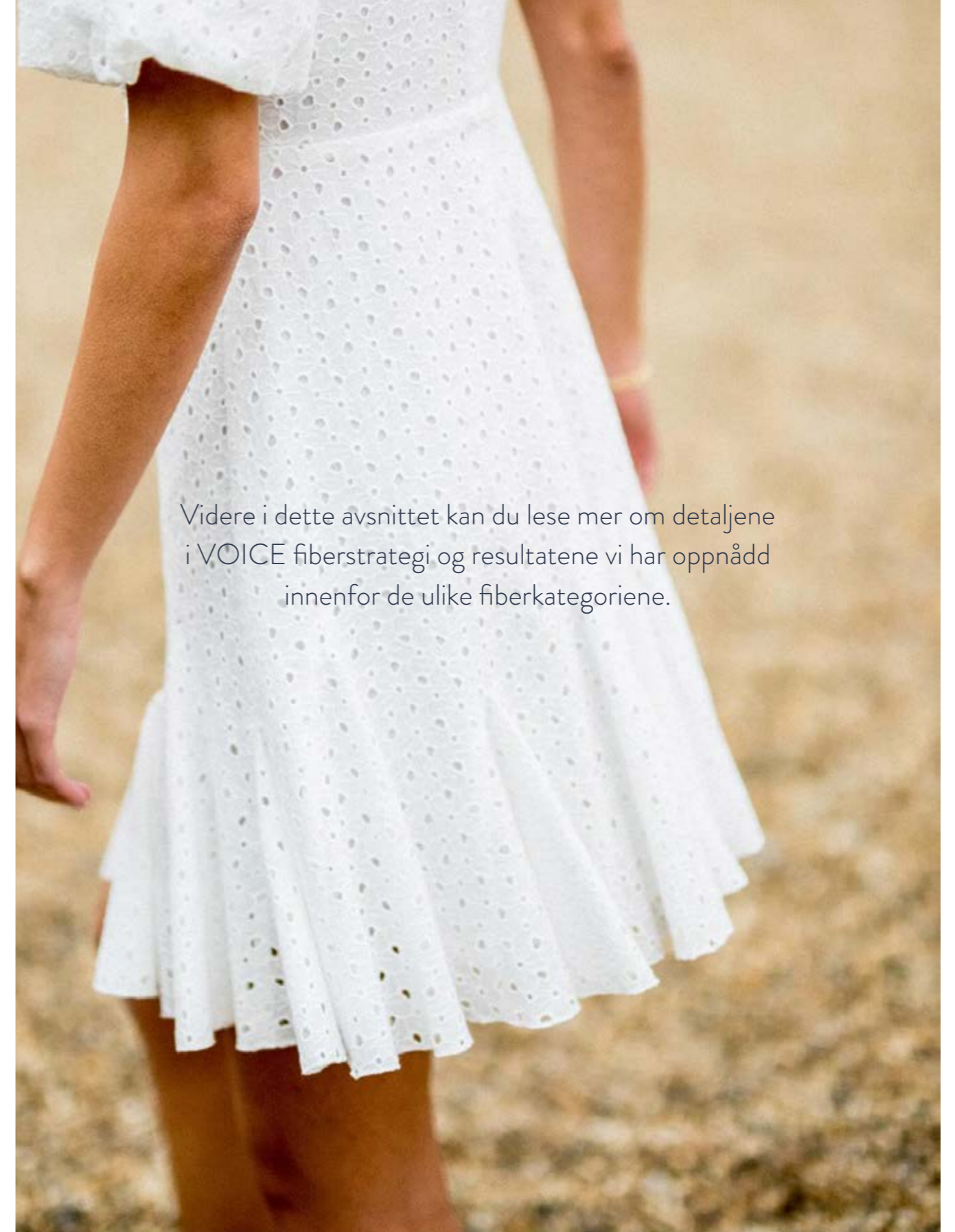


**ANDEL AV FORETRUKNE FIBRE OG KONVENSJONELLE FIBRE BRUKT I EGNE MERKEVARER I 2023**



\*Skinn/lær: Alt blir kategorisert som konvensjonell, selv om metoden for garving er sertifisert.

\*\* Andre fibre stod i 2023 for 0,2 % av fibre brukt i produksjon. Det finnes få alternativer for konvensjonelle fibre i denne kategorien.












Videre i dette avsnittet kan du lese mer om detaljene i VOICE fiberstrategi og resultatene vi har oppnådd innenfor de ulike fiberkategoriene.



100 % innkjøp av ansvarlige fibre innen utgangen av 2025

100 % innkjøp av ansvarlig bomull, ull, dun, lær/skinn og cellulosefibre innen utgangen av 2023

Mer enn 50 % resirkulerte fibre innkjøpt innen utgangen av 2030

Plantefiber	 Bomull	100 % ansvarlig bomull innen utgangen av <b>2023</b>	Minstekrav: <b>Better Cotton</b>
	 Lin	100 % ansvarlig lin innen utgangen av <b>2024</b>	Minstekrav: <b>European Flax™</b>
Regenererte fibre	 Menneskeskapt CELLULOSE (Viskose / Rayon, Lyocell, Modal og Cupro)	100 % ansvarlig cellulose innen utgangen av <b>2023</b>	Minstekrav: <b>FSC-sertifisert</b>
Dyrefibre og materialer	 Ull	100 % ansvarlig ull innen utgangen av <b>2023</b>	Minstekrav: <b>RWS, RAS, RMS</b>
	 Dun	100 % ansvarlig dun innen utgangen av <b>2021</b>	Minstekrav: <b>RDS-sertifisert</b>
	 Lær/skinn	100 % ansvarlig lær/skinn innen utgangen av <b>2023</b>	Minstekrav: <b>LWG-sertifisert</b>
Syntetiske fibre	 Polyester	100 % ansvarlig polyester innen utgangen av <b>2025</b>	Minstekrav: <b>Resirkulert</b>
	 Polyamid (nylon)	100 % ansvarlig polyamid innen utgangen av <b>2025</b>	Minstekrav: <b>Resirkulert</b>
	 Akryl	100 % ansvarlig akryl innen utgangen av <b>2025</b>	Minstekrav: <b>Resirkulert</b>

Redusere bruken av syntetiske fibre

Voice har signert 'Sustainable Cotton Challenge' og Recycled Polyester Challenge  
 – Vi skal ha kjøpt 100 % foretrukket bomull og 80-100 % resirkulert polyester innen utgangen 2025.



## PLANTEFIBRE

Plantefibre fra vår produksjon inkluderer bomull, hemp, lin, flax, rami, papir, strå og tre. Plantefibre utgjør den største fiberkategorien i VOICE. I 2023 utgjorde plantefibre 61 % av det totale fiberforbruket i egen produksjon – bomull stod for 57 % av totalen.

Naturmaterialer – og særlig bomull – er viktige materialer for VOICE, og vi benytter en vesentlig høyere andel av dette enn det globale snittet på 27 %<sup>8</sup>.



### BOMULL

Minstekravet for VOICE sitt bomullsbruk er å kjøpe bomull gjennom Better Cotton. I 2024 skal all bomull som benyttes i våre produkter være i henhold til minstekravet, eller sertifiseringsordninger som Organic Content Standard (OCS), Global Organic Textile Standard (GOTS) eller liknende. Better Cotton er en global ideell organisasjon som jobber for å forbedre standardene innen bomullsdyrking over hele verden. VOICE er medlemmer av Better Cotton, og i 2023 brukte vi Better Cotton i 98,8 % av egen produksjon av varer i bomull. Dette var opp mot vårt mål for 2023 som var på 100 %. Better Cotton jobber for å hjelpe bomullsdyrkende lokalmiljøer med å overleve og vokse, og samtidig beskytte og gjenoppbygge miljøet. Gjennom Better Cotton får bomullsbønder opplæring for å hjelpe dem med å bruke vann mer effektivt, ta bedre vare på jordsmonnet og naturmiljøet, redusere bruken av skadelige kjemikalier, og sikre gode arbeidsforhold for de ansatte.

VOICE sitt innkjøp av Better Cotton i 2023 er beregnet til å ha bidratt til over 179 000 Euro i økt fortjeneste til bønder som dyrker bomull gjennom Better Cotton Initiativet. Den økte fortjenesten bøndene får skyldes ulike faktorer, oftest på grunn av forbedrede avlinger og gjennom optimalisert bruk av innsatsfaktorer, for eksempel ved mindre og mer fornuftig bruk av vann, sprøytemidler og kunstgjødsel. VOICE sitt innkjøp av Better Cotton i 2023 bidro også til å spare 948 liter vann og redusere bruk av sprøytemidler med 579 kilo.

Better Cotton Initiativet benytter et massebalansesystem. Dette innebærer at VOICE kjøper nøyaktig den mengden bomull fra initiativet som kreves for å produsere våre bomullsvarer. Mengden overvåkes gjennom produksjonsprosessens ulike faser. Better Cotton sin tradisjonelle modell gir ikke fysisk sporbarhet fra råvare til ferdig produkt. Vektleggingen er



heller på å forbedre forholdene i global bomullsproduksjon, ved å øke etterspørselen etter, og stimulere investeringer i mer bærekraftig bomullsdyrking.

Modellen har gjort det mulig for Better Cotton å raskt inkludere nye bomullsprodusenter i sitt system, og dermed oppnå bredere og mer betydelige resultater fra sitt arbeid. Dette innebærer at man ikke kan garantere at et bestemt klesplagg faktisk inneholder Better Cotton. Det som kan garanteres, er at det er kjøpt inn en mengde Better Cotton som tilsvarer fiberbehovet for det spesifikke plagget. Derfor regnes ikke Better Cotton som en sertifisert sporbar tekstilfiber, men heller som en investering i bedre sosiale og miljømessige forhold i global bomullsproduksjon.

Selv om Better Cotton representerer minimumskravet og utgjør hovedandelen av bomullen i våre klær per i dag, har VOICE i 2023 også økt bruken av sertifisert økologisk bomull. Det som gjør en fiber økologisk er at det ikke brukes syntetiske sprøytemidler under dyrkingen, og at plantene ikke er genmodifisert (GMO). Målet med økologisk jordbruk er å ivareta både økosystemer, jordsmonn og menneskene som jobber i landbruket. Minimumskrav for bruk av økologisk

bomull i VOICE er etter GOTS-standard. GOTS er en sertifiseringsordning for økologiske tekstilfibre som stiller krav til både dyrkeprosess, sosiale forhold, og helse, miljø og sikkerhet, samt sporbarhet i verdikjeden. VOICE benyttet i 2023 0,5 % økologisk bomull i produksjon av egne bomullsvarer. Bruken av sertifisert økologisk bomull er forventet å øke vesentlig fremover. For 2024 har vi satt mål om at minimum 10 % av bomull vi kjøper skal være økologisk sertifisert.



### LIN

Lin er også et viktig materiale for VOICE, særlig i sommersesongen. Lin utgjorde omtrent 4 % av total fiberandel i 2023. Vi har en målsetning om at all lin vi benytter i produksjon av egne merkevarer skal følge European Flax™ Standard eller tilsvarende innen utgangen av 2024. European Flax™ er valgt som minstekrav blant annet på grunn av redusert vannforbruk i produksjon gjennom krav om såkalt 'dew-retting' og forbud mot vanning ved irrigasjon. I 2023 var 74 % av all lin som ble benyttet i VOICE European Flax™.

<sup>8</sup>Textile Exchange (2023): Materials Market Report 2023.





## REGENERERTE FIBRE

### MENNESKESKAPTE CELLULOSEFIBRE

Viskose, kupro, lyocell og modal med flere utgjør såkalte menneskeskapte cellulosefibre (MMCF). Disse fibertypene er en kategori av såkalte regenererte fibre – regenerert fordi de er fremstilt gjennom en kjemisk bearbeiding av et naturprodukt – i dette tilfellet cellulose som fortrinnsvis kommer fra trær.

I 2023 var 5,47 % av fiberbruken i VOICE menneskeskapte cellulosefibre. Slike fibre og materialer er mye benyttet i pene plagg som kjoler og bluser. Minstekravet for alle merkevarene i VOICE, er at trærne som benyttes i produksjonen av menneskeskapte cellulosefibre, skal komme fra FSC-sertifisert skogbruk eller tilsvarende. FSC står for Forest Stewardship Council og innebærer at det stilles krav til bærekraftig skogbruk. 81,21 % av alle menneskeskapte cellulosefibre som ble benyttet i 2023 kom fra FSC-sertifisert skogbruk. Målet for 2024 er at alle menneskeskapte cellulosefibre som benyttes skal være i henhold til minstekravet eller bedre. 'Bedre' kan i dette tilfellet innebære at fiberen er fremstilt fra andre planter enn trær eller med utgangspunkt i resirkulerte innsatsfaktorer.



## DYREFIBRE OG -MATERIALER

Fibre og råvarer som har sitt opphav i dyrehold er viktige for VOICE. Bruken av slike fibre inkludert dun og fjær var 10,67 % i 2023, noe som er vesentlig høyere enn gjennomsnittet av den globale klesproduksjonen med kun 1,6 %. Norge er som kjent et kaldt land, og en rekke av våre vinterprodukter er laget i ull. Vi har også dun som fyll i flere av våre varmeste vinterjakker. Ved all bruk av dyrefibre og -materialer stiller VOICE strenge krav til hvordan dyrenes velferd skal ivaretas.



### SAUEULL

Minstekravet for bruk av ull i VOICE er at fiberen skal være sertifisert som Responsible Wool Standard (RWS). RWS er en uavhengig, frivillig global standard som jobber for å sikre at ullen kommer fra sauer som har blitt behandlet på en god måte, og fra gårder som tar vare på jordsmonnet som brukes til beiting. Gjennom RWS utføres det årlig inspeksjoner av alle leddene i verdikjeden. Dette gir full sporbarhet på fibre fra bondegård til sluttprodukt. VOICE er selv sertifisert i henhold til RWS-standarden, som gir en garanti for full sporbarhet fra fiberets opphav til endelig produkt. Saueull utgjorde 9,25 % av all fiberbruk i VOICE i 2023. Av denne var 57,21 % RWS- eller GRS-sertifisert ull, eller resirkulert med selverklæring fra leverandørene. Målet for 2024 er at 100 % av våre saueullsprodukter skal være laget av RWS-sertifisert ull eller bedre. 'Bedre' kan i dette tilfellet bety at ullen er resirkulert eller kjøpt inn gjennom annen sertifisert sporbar ordning for ullfiber, som også skal sikre god dyrevelferd.

### ALPAKKA, MERINO, KASJMIR OG MOHAIR

Tilsvarende som for saueull er det etablert egne standarder for alpaka-, merino-, kasjmir- og mohairull. Disse heter Responsible Alpaca Standard (RAS), Responsible Mohair Standard (RMS), og Responsible Wool Standard (RWS) som også inkluderer merinoull. Den oppdaterte versjonen av RWS kombinerer RMS og RAS i en ny standard kalt Responsible Animal Fibers (RAF). RWS (samt RMS og RAS) har som mål å sikre at bønder utnytter potensialet for å oppnå høye standarder innen dyrevelferd for dyr som holdes i beiteområder. For å oppnå dette, anvendes strenge krav og standarder til dyreholdet som omhandler alle sider ved dyrenes liv. Disse standardene brukes til å evaluere gårdens drift og kontrollere at den opprettholder en høy velferdsstandard.

VOICE sitt minstekrav for disse fiberkategoriene er at fiberen skal kjøpes inn som sertifisert sporbar RAS- eller RMS-ull. I 2023 var 56,78 % av ullen i denne kategorien sertifisert etter GRS-, RCS-, GCS-, RMS-, RAS-, RWS-standard. Målet for 2024 er at 100 % av all ullen i denne kategorien skal være i henhold med minstekravet.



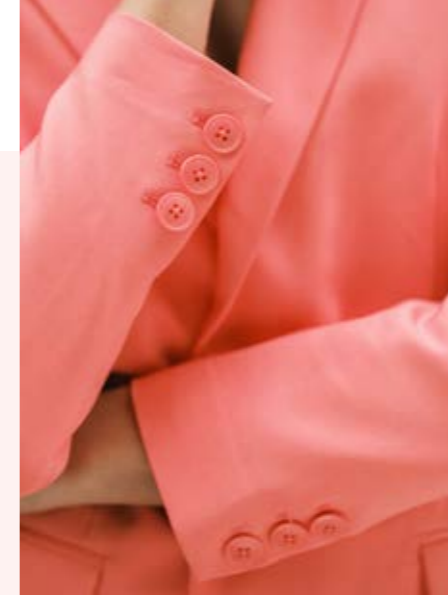
### DUN

Dun er en råvare som benyttes i flere av våre vinterjakker. VOICE har siden 2021 kun benyttet Responsible Down Standard (RDS)-sertifisert dun i våre dunjakker. RDS er en uavhengig, frivillig global standard som jobber for å sikre økt dyrevelferd i dun-industrien. Gjennom RDS utføres det årlig inspeksjoner av alle leddene i verdikjeden, noe som gir full sporbarhet av dunen fra bondegård til sluttprodukt. VOICE er selv sertifisert i henhold til RDS-standarden, som gir en garanti for full sporbarhet fra opprinnelsen til fibrene, til endelig produkt.



### SKINN/LÆR

Skinn er en råvare vi bruker lite av i våre produkter, men som er viktig for utvalgte kategorier, som for eksempel hansker. En vesentlig utfordring i fremstillingen av tekstilprodukter fra skinn er garveprosessen, som ofte kan ha stor miljøpåvirkning som følge av intensiv kjemikaliebruk. Dette kan også bidra til dårlige arbeidsforhold og negativ helsepåvirkning for de som jobber ved garveriene. For å sikre ansvarlig produksjonen av skinn som brukes i våre produkter er VOICE medlemmer av Leather Working Group (LWG). LWG jobber for å fremme mer ansvarlig produksjon av skinn og lær, og sertifiserer garverier som jobber etter deres kriterier for en ansvarlig produksjon. Disse kriteriene inkluderer blant annet krav til arbeidsforhold, miljøpåvirkning og kjemikaliebruk. Vårt minstekrav er at skinn brukt i egen produksjon, skal være kjøpt via garverier sertifisert av LWG. I 2023 var 86,91 % av skinn brukt i egen produksjon i henhold til dette minstekravet.



### SYNTEISKE FIBRE

Syntetiske fibre er også viktige for VOICE og produktene våre. Selv om syntetiske fibre er omdiskutert og tidvis fremheves som en miljøversting med utgangspunkt i påvirkningen som mikroplast har på miljøet, så har syntetiske fibre viktige funksjonelle egenskaper som også kan påvirke et klesplaggs levetid positivt. Du kan lese mer om noen av våre perspektiver på dette i avsnittet om sirkulære løsninger. Likevel har vi et mål om å redusere vår bruk av syntetiske fibre. Samtidig er bruken av syntetiske fibre i VOICE allerede langt under gjennomsnittet i den globale tekstilproduksjonen. VOICE sin bruk av syntetiske fibre var på 22,66 % i 2023, sammenliknet med 65 % av global tekstilproduksjon. Vi jobber strukturert med å identifisere muligheter for å redusere bruken av syntetiske fibre på tvers av produktkategorier.

Når det gjelder å sette minstekrav til opphavet til syntetiske fibre som skal benyttes i VOICE sine produkter, har vi vurdert hvordan vi kan redusere miljøpåvirkningen og hvorvidt vi har kontroll på fiberens opphav. Alle syntetiske fibre har sitt opphav i olje, og bruk av nye syntetiske fibre vil dermed innebære forbruk av ny olje, med tilhørende miljøavtrykk. Minstekravet for bruken av syntetiske fibre er derfor at disse skal være resirkulert – og fortrinnsvis sertifisert sporbare gjennom Global Recycled Standard (GRS), Recycled Claim Standard (RCS) eller tilsvarende. VOICE er selv sertifisert i henhold til GRS-standarden, som gir en garanti for full sporbarhet fra fiberets opphav til endelig produkt. VOICE sitt bruk av resirkulerte syntetiske fibre var 47,37 % i 2023. Målet er at 100 % av alle syntetiske fibre skal være resirkulerte innen utgangen av 2025.



### POLYESTER OG POLYAMID

Polyester benyttes ofte i treningsklær og ytterklær, hvor de tekniske kvalitetene til materialet gjør det velegnet til å holde brukeren tørr og varm. Samtidig benyttes polyester ofte som del av en fibermiks hvor polyesterens rolle er å bedre produkttegenskapene med tanke på blant annet slitestyrke og passform. I produksjonen av et stoffmateriale som benyttes i et klesplagg benyttes gjerne en blanding av såkalte filamentfibre og stapelfibre for å oppnå ønskede produkt-egenskaper. Stapelfibre er fibre med kortere lengde – ofte ull eller bomull – mens filamentfibre har lange, sammenhengende fibre – som regel en syntetisk fiber som polyester. Dersom man kun benyttet stapelfiber for å lage en tråd som siden kan veves eller strikkes til et stoffmateriale, vil denne kunne ryke ved slitasje og belastning. Å blande inn filamentfibre i tråden øker styrken drastisk, og bidrar til at stoffmaterialet som produseres er sterkere, samtidig som at den holder bedre på passformen. Både polyester og polyamid vil tilføre disse egenskapene i en fiberblanding.

Per i dag finnes det få fibalalternativer til polyester og polyamid med tilsvarende

egenskaper. VOICE sin tilnærming er derfor å redusere bruk av jomfruelig polyester og polyamid.

Dette er også viktig i et sirkulært perspektiv, ettersom det kan være svært vanskelig eller umulig å resirkulere sammensatte fiberblandinger. Samtidig er målet at all polyester og polyamid som benyttes skal være av resirkulert opphav innen utgangen av 2025. I 2023 var 56,35 % av all polyester og 38,80 % av alt polyamid resirkulert.

Opprinnelig var målet å benytte utelukkende resirkulert polyester og polyamid innen utgangen av 2023. Det var også et mål at denne så langt som mulig skal være sertifisert sporbar resirkulert i henhold til GRS-standarden. Begge deler har vist seg utfordrende, og det har vært nødvendig å revidere fiberstrategien i 2023 og utvide tidsrammen for å realisere disse målsettingene.

Den første utfordringen har vært at tilgangen på resirkulert polyester og polyamid har vært begrenset. Det har vært utfordrende å skaffe tilstrekkelig med resirkulerte fibre uten å pådra



### AKRYL OG ANDRE SYNTETISKE FIBRE

Akryl, elastan og andre syntetiske fibre inkludert EME, PBT, PET, PU og TPU utgjør en svært liten del av råvarebruken i VOICE. I 2023 utgjorde disse fibre samlet 2,12 % av all fiberbruk. På samme måte som for polyester og polyamid har andre typer syntetiske fibre særlige egenskaper som gir viktig funksjonalitet til plagg i enkelte produktkategorier. Akryl er for eksempel en fiber som ofte benyttes sammen med ull i strikkegensere for å gi ønsket uttrykk, forbedre plaggets evne til å holde passformen gjennom bruk og vask, samt gjør plagget lettere i vekt. Elastan brukes derimot for å gi elastisitet og økt komfort, ofte i kroppsnære plagg som jeans, undertøy, sokker og t-skjorter.

Også for disse fibre er VOICE sin tilnærming å ha et kritisk forhold til hvordan og i hvilket omfang vi benytter disse, og å fortrinnsvis kjøpe sertifiserte, sporbare og resirkulerte fibalalternativer der dette er tilgjengelig.

oss veldig høye innkjøpskostnader. Dette ville gjøre produktene våre vanskelig å selge i dagens marked, som konkurrerer med tradisjonelle polyester- og polyamidfibre. Heldigvis er det tegn til bedring i tilgjengeligheten og prisen, og vi har tro på at det vil være mulig å realisere målsettingen om å kun benytte resirkulert polyester og polyamid.

Resirkulerte fibre er fortsatt relativt nytt i den globale leverandørkjeden. Mange aktører har ikke etablert nye produksjons- og logistikkprosesser eller oppnådd nødvendige sertifiseringer for fibrenes sporbarhet, i henhold til GRS-standarden. Dette medfører at selv om VOICE ber leverandører om GRS-sertifiserte resirkulerte fibre, mangler vi ofte full dokumentasjon i verdikjeden. Dermed har vi ikke ende-til-ende sertifisering som garanterer GRS-resirkulerte fibre i alle våre produkter. For å sikre sporbarhet, i tråd med vår strategi, arbeider vi kontinuerlig med leverandørene for å oppnå nødvendige sertifiseringer i hele leverandørkjeden.



# Dyrevelferd

VOICE sin Dyrevelferdspolicy setter høye standarder for å sikre etisk behandling av dyr gjennom hele produksjonsprosessen. Disse retningslinjene reflekterer VOICE sin forpliktelse til ansvarlig bruk av materialer fra dyr, og setter strenge krav til hvordan dyr skal behandles fra fødsel til slakt. Gjennom gode valg av materialer og leverandører, ønsker VOICE å sikre at våre produkter ikke bare er av høy kvalitet, men også er produsert med respekt for dyrenes velferd.

VOICE sine retningslinjer for dyrevelferd er bygget på prinsippet om nulltoleranse for skade på dyr. Dette betyr at vi ikke aksepterer at dyr lider for produksjonen av varer. For å sikre at lidelse ikke oppstår krever vi at alle leverandører overholder EU-dyrevelferdslover og retningslinjer fra Verdensorganisasjonen for Dyrehelse (OIE). Overvåking av leverandører er en kontinuerlig prosess som omfatter sjekk av dyrevelferd og kjemikaliebruk, samt verifisering av opprinnelsen til dyrematerialer.

Vi har satt klare krav til innkjøp av dyrematerialer, hvor kun materialer fra gårder med god dyrepraksis, basert på de fem frihetene for dyr, er akseptable. De fem frihetene inkluderer frihet fra sult og tørste, fysisk ubehag, smerte, skade, sykdom, angst og frykt, samt friheten til å utføre naturlig adferd. I VOICE har vi spesifikke

retningslinjer for ulike materialtyper som stammer fra dyr. Disse er tilgjengelig for alle ansatte og delt med våre leverandører.

Vi bruker kun lær og skinn fra nyttedyr som griser, sauer, geiter og kyr, og kun dersom dyrene opprinnelig er blitt slaktet for kjøttproduksjon. Slakteprosessen skal gjøres i samsvar med anerkjente standarder.

Vi bruker ikke skinn eller lær fra aborterte eller nyfødte lam, inkludert men ikke begrenset til Karakul. Vi bruker heller ikke hunder eller katter, dyr som er blitt levende flådd eller kokt. Vi bruker heller ikke materialer fra Amazonas eller fra Bangladesh.

Vi benytter kun ull som stammer fra sertifiserte kilder som ikke tillater mulesing og andre smertefulle behandlinger av dyr. Vi krever også at alle dyr skal være i et beskyttet miljø etter klipping. Vi har et forbud mot bruk av materialer fra kaniner eller dyr oppdrettet primært for pelsbruk. Pels skal kun komme fra nyttedyr, og dun skal være sertifisert i henhold til Responsible Down Standard (RDS).

VOICE støtter bruk av resirkulert skinn og ull i samsvar med Global Recycled Standard (GRS). Vi tar avstand fra bruk av materialer som stammer

fra truede arter, som er listet til International Union for Conservation of Nature (IUCN) og Convention of International Trade in Endangered Species (CITES) lister. Vi er også strekt imot dyreforsøk, og oppfordrer alle våre samarbeidspartnere til å følge vårt standpunkt.

VOICE har i lang tid hatt retningslinjer for dyrevelferd. Disse har blitt revidert og oppdatert etter hvert som ny informasjon om dyrevelferd, og dyrematerialer har kommet frem. Vi forplikter oss til å respektere dyrevelferd, til å ta ansvar og stille strenge krav under produksjon. Retningslinjene er ikke kun ment til å beskytte dyr, men også til å informere og sette høye standarder for produksjon der materialer fra dyr benyttes.



# Kjemikalier

## FOREBYGGE BRUK AV FARLIGE KJEMIKALIER I VÅR VERDIKJEDE OG REDUSERE FORBRUK AV KJEMIKALIER.

VOICE har tatt et viktig skritt for å sikre kjemikaliesikkerhet og miljøansvarlighet gjennom flere tiltak som stiller strenge krav til testing og håndtering av kjemikalier, og sikrer at produktene overholder loven.

VOICE stiller strenge minimumskrav for kjemikalietesting, med et særlig fokus på kravene fra REACH (Registration, Evaluation, Authorisation, and Restriction of Chemicals), Stockholmkonvensjonen om persistente organiske forurensninger (POPs), og biocidproduktforskriften (BPR).

Alle ordre som overskrider en spesifikk mengde og/eller innkjøpsverdi på mer enn en viss sum, er underlagt obligatorisk testing hos godkjente og ISO-sertifiserte laboratorier. Dette kravet er ment å sikre at produkter blir testet for kjemiske stoffer før de når forbrukerne. VOICE har også implementert et system for årlige stikkprøver for produkter som ikke møter disse minimumskriteriene, for å opprettholde kontinuerlig overvåking og kvalitetssikring.

Det er Quality and Compliance Manager hos VOICE som har ansvaret for å bestemme hvilke ordre som krever testing, blant ordrene som ikke treffes av minimumskravene. Denne beslutningen baseres på en analyse av leverandøren, materialene som brukes,

og produktets volum og type. Quality and Compliance Manageren analyserer testresultatene og er den endelige autoriteten som gir grønt lys for leveranser, basert på om produktene oppfyller de satte standardene og kravene.

Hvordan og hvilke kjemikalier som skal testes, er definert basert på produktkomponentene, deres risiko- og materialeprofiler, samt produksjonsprosessene. Et standardisert testskjema angir hva som skal testes, inkludert farger, testmetoder, referanseverdier og laboratoriestyret som skal brukes. Dette sikrer en konsekvent og pålitelig tilnærming til kjemikalietesting.

Vi oppfordrer våre leverandører til å oppnå sertifiseringer som begrenser bruken av skadelige kjemikalier, og benytte hovedsakelig farge- og etterbehandlingsfasiliteter som er godkjent av ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). Gjennom et tett samarbeid med leverandører, RISE (Research Institutes of Sweden), og kjemikalieekspertene i EU-arbeidskomiteer, tar VOICE en proaktiv rolle for å holde seg oppdatert, testmetoder, og innovativt labutstyr. Dette samarbeidet er avgjørende for kontinuerlig forbedring og innovasjon innen kjemikaliehåndtering

og produktkvalitet. Av alle kjemiske tester vi utførte i 2023, feilet 1,15 % og 4,28 % måtte forbedres før de besto testen.

Sikker og ansvarlig håndtering, og bruk av kjemikalier i tekstilproduksjonen er ikke bare viktig, men nødvendig for å beskytte miljøet og menneskers helse. Industrien står overfor betydelige utfordringer, med unødvendig høy bruk av kjemikalier, mangel på kunnskap, sviktende sporbarhet, og en generell mangel på åpenhet som dominerer kjemikaliebransjen. Testing av kjemikalier er dyrt, og tiltak som igangsettes adresserer ikke nødvendigvis roten til problemet.

Et av de mest presserende problemene er det lave kunnskapsnivået i bransjen når det gjelder kjemikalier, og dets bruk. Dette kunnskapsgapet fører til risikabel håndtering og i flere tilfeller for høyt bruk, som kan medføre miljømessige og helsemessige konsekvenser. Videre er det en påfallende mangel på sporbarhet i prosessene som involverer kjemikalier, noe som gjør det vanskelig å overvåke og kontrollere sikkerhetsstandarder og praksis gjennom hele forsyningskjeden.

Åpenhet er en annen utfordring. Kjemikalieindustrien har tradisjonelt vært lukket, noe som hindrer innsikt og forståelse for aktører

som VOICE. Dette kan hindre forbedringer og innføring av sikrere praksiser. I tillegg er det ofte vanskelig å formidle viktig informasjon til fabrikkansatte. Ytterligere er det vanskelig å sikre at informasjonen blir korrekt forstått, og om det blir fulgt opp i praksis.

Testing av kjemikalier representerer en betydelig kostnad for industrien, både økonomisk og med hensyn til tid og ressurser. Dette resulterer ofte til at kjemikalietesting blir gjort noe sent i produksjonsprosessen, hvor eventuelle problemer blir identifisert etter at de har oppstått. For å forebygge mulige problemer er det viktig med proaktive tiltak, eksempelvis at visse kjemikalier blir forbudt, og utvalgte tester blir gjennomført tidligere i produksjonen.

For å overvinne de nevnte utfordringene, kreves det en endring i hvordan tekstilindustrien bruker kjemikalier. Vi må fremover jobbe proaktivt med kjemikaliehåndtering, hvor kunnskapsbygging, forbedret sporbarhet, økt åpenhet, og effektiv kommunikasjon står i sentrum. VOICE tar ansvar for egen produksjon, valg av materialer og leverandører, samt egen produksjon. Regelverket er derimot noe myndighetene til enhver tid må oppdatere. Myndighetene må også sikre at det blir mulig å kontrollere, på lik linje for norske bedrifter og internasjonale.

VOICE har utarbeidet et dokument som må signeres av alle godkjente leverandører. Dokumentet 'Chemical Compliance Contract' detaljerer leverandørens ansvar og fungerer som en bindende avtale. Hovedpunktene er:

- VOICE plikter å overholde nasjonal og EU-lovgivning, inkludert REACH. Vi etterstreber kjennskap om kjemikalienes påvirkning på menneskers helse og miljøet.
- Leverandører kreves å overholde REACH og følge oppdateringer fra Det europeiske kjemikaliebyrået (ECHA). Dette inkluderer ansvar for registrering, samt å informere kunder om stoffer med særlig høy bekymring (SVHC), og overholde Annex XIV (Autorisasjonsstoffer) og Annex XVII (Begrensede stoffer)-listene.
- Denne kontrakten (Chemical Compliance Contract) refererer også til Stockholm-konvensjonen om persistente organiske forurensere (POPs) og biocidproduktforskriften (BPR), og skisserer forpliktelser knyttet til disse reguleringene.
- VOICE stiller krav til håndtering av emballasje for å minimere miljøpåvirkninger.
- VOICE krever at leverandørene skal oppgi informasjon om ansvarlig kontaktperson for bruk av kjemikalier, hvordan de oppfyller regulatoriske krav, og hvilke tiltak som er iverksatt relatert til REACH- regulerte stoffer, SVHC, begrensede stoffer under REACH, POPs, og biocidstoffer.
- Vi krever at leverandørene signerer VOICE sin liste over begrensede stoffer, og Textilimportørernas kjemikalieguide. VOICE stiller spesifikke krav om gjennomføring av kjemiske tester for ordrer som overstiger visse kvantiteter og/eller verdier, og beskriver prosedyren for testing overholdelse av testkrav med godkjente laboratorier.
- Vi fører lister over globalt anerkjente testfasiliteter (f.eks. Bureau Veritas, SGS, Intertek) som er godkjent av VOICE for test av våre produkter.
- Vi krever at alle leverandørene signerer kontrakten, som en bekreftelse på deres forståelse og plikt til overholdelse av VOICE sine krav om bruk og håndtering av kjemikalier.

# Emballasje og merkelapper

**BENYTT MILJØVENNLIG HANDLEPOSER OG EMBALLASJE, SAMT KOMMUNISERE TYDELIG OG ÆRLIG I MERKING AV VÅRE PRODUKTER.**

I lys av en økende globale bekymring rundt plastforurensning, anerkjenner VOICE et behov for å revurdere og forbedre vår tilnærming til bruk av plast og emballasje. Verdens naturfond (WWF) har kommet med en dyster prognose, hvor plast i havene kan komme til å overgå mengden fisk innen 2050 dersom vi ikke drastisk endrer hvordan vi produserer, bruker, og håndterer plast.

Gjennom medarbeiderundersøkelsen har VOICE blitt oppmerksom på at butikkansatte anser emballasje som en utfordring. I tillegg viser forbrukertrender økende bevissthet rundt plastforsøpling på tvers av alle aldre og kundegrupper, noe som understreker et paradigmeskifte i forbrukernes holdninger.

VOICE tar disse utfordringene på alvor og ønsker å finne løsninger som krever mindre emballasje og smart bruk av merkelapper på våre produkter. En oppdatering av strategien skal inkludere en revurdering av bruken av

plastposer, annen emballasje og merkelapper. Vi ønsker en overgang til mer miljøvennlige alternativer som ikke bare minimerer bruk av plast, men også fremmer gjenbruk og resirkulering.

Vi har innført strenge kriterier og satt minimumsstandarder for valg av materialer som benyttes i vår emballasje og merking. Vi erkjenner betydningen av å velge innsatsfaktorer som ikke bare møter våre kvalitetsstandarder, men også våre miljøstandarder. I tillegg fokuserer VOICE på å minimere emballasjebruk generelt, spesielt under transport, ved å involvere våre produsenter i å finne gode løsninger. God kildesortering av avfall i våre butikker har potensial for forbedring. Rutinene varierer mellom butikker, der noen er enkeltstående og andre hører til sentre. I 2024 har vi som mål å oppdatere våre retningslinjer for kildesortering, som er en del av VOICE sin Miljøpolicy. Du kan lese mer om avfall i neste avsnitt.



All papirmerking skal være Forest Stewardship Council-sertifisert (FSC-sertifisert). Forest Stewardship Council er en internasjonal, uavhengig organisasjon som ble etablert for å fremme ansvarlig forvaltning av verdens skoger.

Kommunikasjon med våre kunder gjennom produktmerking er essensielt. Vi legger stor vekt på å være åpne og ærlige i vår merking, for å sikre at kundene kan ha tillit til den informasjonen vi tilbyr. VOICE har bevisst unngått å fremheve bruk av resirkulert polyester i våre produkter som et markedsføringspunkt, for å unngå å vilde våre kunder eller skape et falskt inntrykk av at våre produkter er mer bærekraftig enn de faktisk er. Vi utforsker nå strategier for å kommunisere våre verdivalg, både internt og eksternt, på en måte som klarer å formidle vårt engasjement for å redusere bruken av jomfruelig materialer og viktige naturressurser på en tydelig og ekte måte.

Å etablere smarte løsninger for emballasje er viktig for VOICE, og noe vi har investert mye i. Det inkluderer effektivisering i logistikk, samtidig som vi reduserer og overvåker forbruket. Dette er også ressurskrevende, da dedikert arbeidstid fra våre butikkledere til kompetanseheving er nødvendig. Det er også nødvendig å inngå lokale avtaler med resirkuleringselskaper bare for å nevne noen av tiltakene vi jobber med.



## Avfall

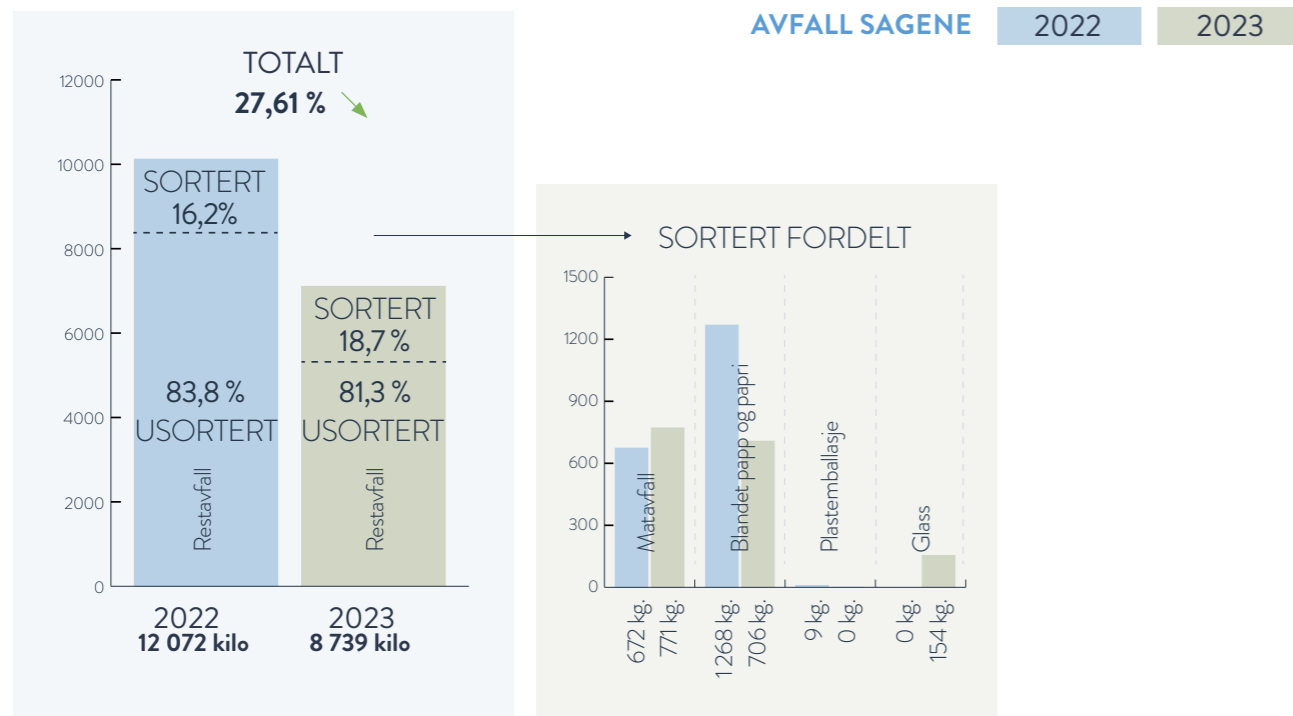
### REDUKSJON AV AVFALL OG ANSVARLIG AVFALLSHÅNDTERING ER EN VIKTIG DEL AV Å MINIMERE VÅRT FOTAVTRYKK.

Avfallshåndtering er en av de største miljøutfordringene, gitt den enorme mengden avfall som genereres globalt. Den stadige akkumuleringen av avfall fra husholdninger og industri innebærer utslipp og forurensning. Reduksjon av avfall og ansvarlig avfallshåndtering er derfor viktig for å minimere vårt fotavtrykk. Ved å gjenbruke, resirkulere og kompostere, samtidig som det utvikles bedre avfallshåndteringssystemer, kan vi redusere mengden avfall betydelig som ender som deponi. VOICE gjør en innsats for å gjøre ansvarlig avfallshåndtering til en integrert del av vårt daglige virke.

VOICE sitt hovedkontor på Sagene og lager på Tuen er Miljøfyrtårnsertifisert. Miljøfyrtårnsertifiseringen er en norsk miljøsertifisering for bedrifter og organisasjoner, og fungerer som et verktøy for å hjelpe virksomheter med målrettet og kontinuerlig forbedringsarbeid på klima og miljø. Sertifiseringen er anerkjent av offentlige myndigheter i Norge. For å oppnå

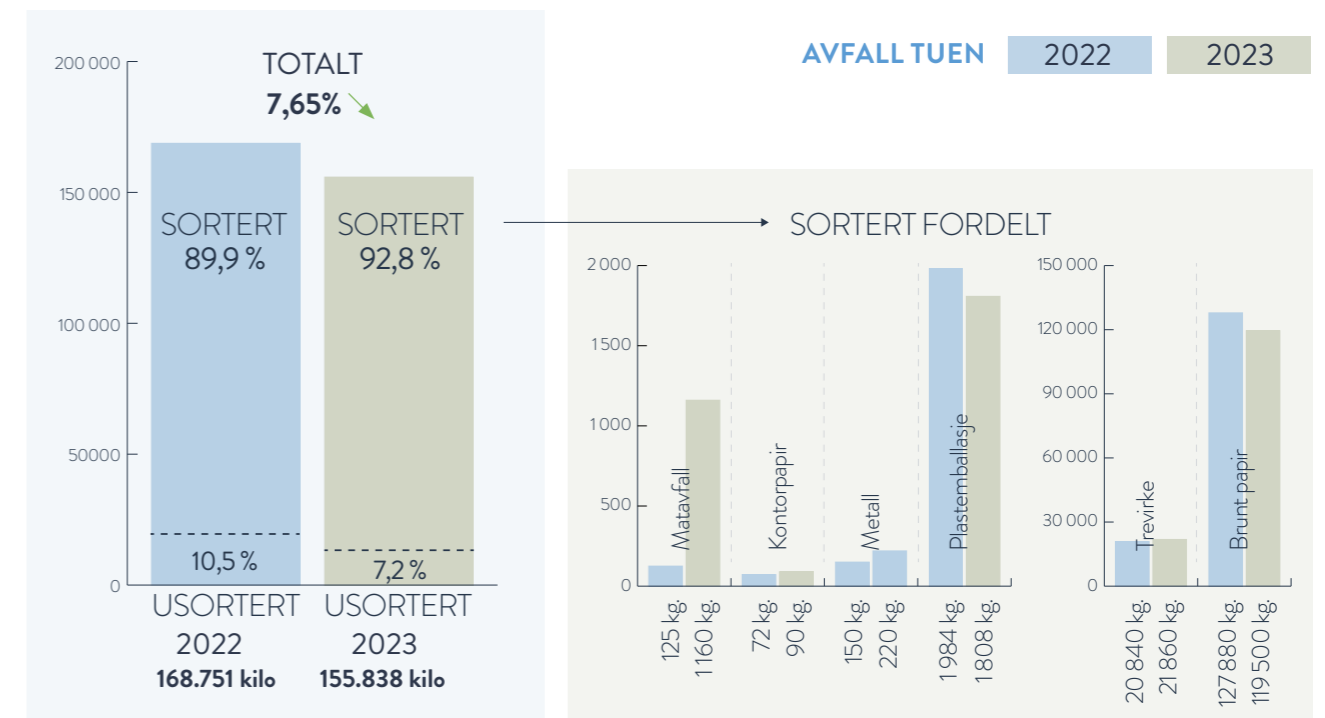
sertifiseringen måtte VOICE gjennomgå en grundig vurdering etterfulgt av tiltaksimplementering for miljøstyring innenfor områder som strømforbruk, avfallsmengde og storeringsgrad, transport og innkjøp.

Å være Miljøfyrtårnsertifisert krever at vi kontinuerlig forbereder våre miljøprestasjoner, setter konkrete miljømål og gjennomfører tiltak for å nå de satte målene. På hovedkontoret på Sagene og lageret på Tuen har VOICE etablert miljøstyringssystemer som skal sikre kontinuerlig forbedring og reduksjon av vårt miljøavtrykk og våre klimautslipp. Avfallet fra hovedkontoret og lageret, inkludert rest-, papp-, plast-, mat- og annet kildesortert avfall blir samlet inn og resirkulert i størst mulig grad. I 2022 ble det etablert nye interne avfallsrutiner for å øke kildesorteringsgraden.



		2022		2023	
	AVFALLSTYPER	KILO	ANDEL	KILO	ANDEL
USORTERT	Restavfall	10 122	83,8 %	7 107	81,3 %
SORTERT	Matavfall	673	5,6 %	771	8,8 %
	Blandet papp og papir	1 268	10,5 %	706	8,1 %
	Plastemballasje	9	0,1 %	0	0 %
	Glass	0	0 %	154	1,8 %
	<b>Totalt sortert</b>		<b>1 950</b>	<b>16,2 %</b>	<b>1 631</b>
<b>TOTALT</b>		<b>12 072</b>	<b>100,0 %</b>	<b>8 739</b>	<b>100,0 %</b>

Vårt hovedkontor på Sagene er i leide lokaler, og avfallet som samles inn stammer fra flere leietakere. Ved slutten av 2022 ble det innført en ny avfallshåndteringsaktør, som har bidratt til forbedret avfallsinformasjon. Denne nye innsikten avdekket at det er en lav sorteringsgrad ved VOICE sitt hovedkontor, til tross for tydelige sorteringsrutiner internt. Det har vist seg nødvendig med sterkere tiltak for å forbedre sorteringsgrad og avfallshåndtering. Vi er nå i ferd med å forbedre våre interne rutiner for avfallshåndtering, med et mål om å oppnå betydelig bedre sorteringsgrad i fremtiden.



		2022		2023	
	AVFALLSTYPER	KILO	ANDEL	KILO	ANDEL
USORTERT	Restavfall	17 700	10,5 %	11 200	7,2 %
SORTERT	Matavfall	125	0,1 %	1 160	0,7 %
	Trevirke	20 840	12,3 %	21 860	14,0 %
	Brunt papir	127 880	75,8 %	119 500	76,7 %
	Kontorpapir	72	0,0 %	90	0,1 %
	Metall	150	0,1 %	220	0,1 %
	Plastemballasje	1 984	1,2 %	1 808	1,2 %
	<b>Totalt sortert</b>		<b>151 051</b>	<b>89,5 %</b>	<b>144 638</b>
<b>TOTALT</b>		<b>168 751</b>	<b>100,0 %</b>	<b>155 838</b>	<b>100,0 %</b>

På VOICE sitt lager på Tuen har vi oppnådd en høy kildesorteringsgrad på 92,8 % i 2023, en oppgang fra 89,5 % året før. Dette gjenspeiler gode etablerte prosesser og kontinuerlig forbedring av kildesorteringsrutiner, samt en innsats for å adressere inkonsekvenser. I tillegg har vi opplevd en nedgang på 7,65 % i den totale avfallsmengden, noe som indikerer en reduksjon i antall varer i 2023. Etter en gjennomgang av avfallstyper på Tuen i 2022, identifiserte vi områder for forbedring. Vi er forpliktet til å fortsette vårt arbeid med disse forbedringsmulighetene for å ytterligere forsterke våre avfallshåndteringspraksiser.



VOICE er medlem av Handelens Miljøfond, Norges største private miljøfond, og handelens felles storsatsing for å løse miljøproblemer knyttet til plast. Handelens Miljøfond er også Norges viktigste grep for å oppfylle EUs plastbæreposedirektiv. VOICE ønsker å bidra til å redusere plastforsøpling, øke plastgjenvinningen og redusere forbruket av plastbæreposer.

I Norge er det pålagt å ta betalt for plastbæreposer i butikker. Av prisen kundene våre betaler for plastposer i butikk, går 2 kroner direkte til Handelens Miljøfond. VOICE har vært medlem siden 2018, og i løpet av den tiden har vi bidratt med over 7 millioner kroner til Handelens Miljøfond gjennom poseavgiften. Fondet har siden 2021 bidratt til rydding av over 3 000 tonn plast, og mer enn 5 000 km kystlinje. I tillegg bidrar fondet med midler til forskning på hvordan plast påvirker økosystemet, og kampanjer for å øke resirkuleringsgraden for plast i Norge. Siden 2018 har Handelens Miljøfond finansiert tolv prosjekter som er direkte relevante for tekstilindustrien.

Prosjektene formål er blant annet forebygging og rydding, økt ressurseffektivitet, reduksjon av plastforbruk, forskning og rapportering, samt informasjon og presentasjoner for bransjen.

I vår innsats for å redusere miljøbelastningen fra plastbruk, prioriterer vi bruk av handleposer i alle våre butikker som er laget av 100 % resirkulert LDPE (Low Density Polyethylen).

Ved å integrere resirkulert plast i produksjonen av våre handleposer, bidrar vi til å redusere mengden plastavfall som ellers ville havnet på deponi eller i naturen, og støtter en mer sirkulær økonomi der ressurser gjenbrukes og resirkuleres.

Vi forstår at kampen mot plastforurensning krever mer enn bare resirkulering; det krever en endring i forbrukeradferd og en overgang til mer bærekraftige praksiser. Derfor oppfordrer vi også våre kunder til å gjenbruke handleposer så mange ganger som mulig, og til å teste andre bærealternativer som kan redusere behovet for engangspastposer ytterligere.

I 2020 lanserte VOICE et pilotprosjekt med det klare målet om å redusere mengden plastemballasje brukt i transporten av varer fra våre leverandører til vårt sentrallager, og videre til de respektive butikkene. Initiativet ble drevet av en sterk vilje til å finne balansen mellom å minimere plastbruken og samtidig sikre at produktene ankommer sitt bestemmelsessted uten skader. Prosjektet utforsket innovative løsninger for emballasje som kunne redusere avhengigheten av tradisjonell plast, uten å kompromittere produktkvaliteten under frakt. Som et resultat ble flere tiltak igangsatt, og etter hvert implementert som nye standarder.

Gjennom nøye overvåkning og evaluering av pilotprosjektets resultater, har VOICE tilegnet seg verdifull innsikt og erfaringer som har vært avgjørende for å skalere opp initiativet. Dette







har involvert tett samarbeid med leverandører for å identifisere og adoptere nye emballasjeløsninger. Dette er en del av VOICE sin bredere bærekraftstrategi, hvor målet er å redusere miljøfotavtrykket og fremme en mer sirkulær økonomi.

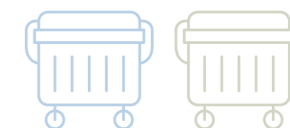
I 2012 inngikk VOICE et samarbeid med Fretex, som et steg mot mer ombruk og støtte til sosialt ansvar. Fretex er en organisasjon kjent for sitt arbeid med gjenbruk og arbeidsinkludering. Dette partnerskapet muliggjør gjenbruk av produkter som av ulike grunner ikke når kunden gjennom de vanlige salgskanalene, inkludert reklamasjonsvarer, overskuddsvarer fra butikkene og salgsprøver.

Gjennom denne samarbeidsmodellen blir disse varene donert til Fretex. Dette initiativet støtter også Fretex sitt viktige sosiale arbeid med arbeidskvalifisering og inkludering, og hjelper personer som står utenfor arbeidslivet til å finne meningsfulle jobber og utvikle nye ferdigheter.

Tekstilavfall representerer en betydelig utfordring på global skala. Hvert år ender enorme mengder klær og tekstiler opp som avfall, og bidrar til både miljømessige og sosiale problemer over hele verden. VOICE er bevisst på dette problemet og anerkjenner viktigheten av å ta ansvar, ikke bare innad i egen virksomhet, men også gjennom å påvirke leverandørkjeden og kundeadferd på en positiv måte.

Som en viktig del av løsningen, lager vi klær med lang holdbarhet og høy kvalitet, slik at kundene kan bruke dem ofte og over mange år. Vår overbevisning er at klær som er laget for å vare, vil bli brukt lenger, noe som kan forlenge brukstiden og redusere mengden av tekstilavfall. Ved å fokusere på holdbarhet i design og produksjon, håper vi å inspirere til en endring i forbrukervaner, hvor valg av klær gjøres med tanke på lang levetid fremfor flyktige motetrender.

Gjennom kunnskapspåfyll, samarbeid og innovasjon streber vi etter å redusere miljøpåvirkning. Vi skal i tiden fremover vurdere og teste ulike sirkulære tilnærminger som reparasjon, gjenbruk, og resirkulering. Vårt ønske er å være en del av løsningen på uløste problemstillingene knyttet til tekstilavfall.



# Redusert klima- og miljøpåvirkning

## Natur

Tekstilbransjen er sterkt avhengig av råvarer som bomull, viskose og ull og dermed også sårbar overfor klima- og naturendringer. VOICE ønsket å ta en proaktiv posisjon ved å kartlegge risikoer og muligheter for råvarer i egen verdikjede. Høsten 2023 gjennomførte vi sammen med Sopra Steria Footprint en naturrisikoanalyse med fokus på bomullsproduksjon i global målestokk. Over hundre parametere innen naturrisiko ble vurdert, samt regelverk og markedsrisiko som treffer bransjen. Analysen er gjort i henhold til det globalt anerkjente Taskforce on Nature-related Financial Disclosures (TNFD rammeverket).

Initiativet til å gjennomføre en naturrisikoanalyse var drevet av en økende bevissthet om betydningen av klima- og naturendringer, spesielt innenfor global bomullsproduksjon. Analysen var avgjørende for å forstå hvor sårbar tekstilindustrien er for ulike miljøutfordringer knyttet til hete, tørke og vann. Disse funnene understreker viktigheten av å tilpasse seg en stadig skiftende miljøsituasjon og et strengere

regulatorisk landskap, hvor miljømessige krav blir mer fremtredende, og handling blir mer nødvendig enn noen gang før.

Videre avdekket analysen hvordan disse risikoene ikke bare utgjør farer mot virksomhetens drift og lønnsomhet, men også mot vårt omdømme og evne til å operere i samsvar med fremtidige forventninger.

De mest fremtredende risikoene vi har identifisert gjennom analysen er fysiske risikoer og overgangsrisikoer. Med fysisk risiko menes risiko knyttet til konsekvensene av fysiske endringer i miljøet, herunder akutt fysisk risiko, samt kronisk fysisk risiko, som for eksempel ekstremvær og konsekvenser av klimaendringene.

Overgangsrisikoer er knyttet til konsekvensene av klimapolitikken og den teknologiske utviklingen ved overgang til et lavutslippssamfunn. Overgangsrisikoer inkluderer regulatorisk risiko, markedsrisiko, teknologisk risiko, omdømmerisiko og ansvarsrisiko.

Med fysisk risiko menes risiko knyttet til konsekvensene av fysiske endringer i miljøet.

Overgangsrisiko er risiko knyttet til konsekvensene av klimapolitikken og den teknologiske utviklingen ved overgang til et lavutslippssamfunn.

Blant faktorene vi har vurdert for de ulike lokasjonene der bomull kommer fra er:

- Ekstremvær (temperaturendringer, tørke, flom og hetebølger).
- Arealbruk (totalt terrestrisk areal, monokultur og avskoging).
- Ressursbruk (vannforbruk og irrigasjonssystemer).
- Forurensning (plantevernmidler/gjødsel, avfall, eutrofiering og avløpshåndtering).
- Fremmedarter (skadedyr, sårbarhet og omgivelser).
- Naturstatus (utstrekning og tilstand).
- Artsmangfold (vern, rødlistet arter, endemiske arter og mangfold).
- Økosystemtjenester (regulerende, forsynende og kulturelle).
- Omstillingsrisiko (omdømme, regulatorisk risiko, teknologi og markedsrisiko (tilgjengelighet og pris)).



## HOVEDFUNN

På global basis utgjør bomull 31 % av fiber som brukes i tekstilindustrien. Produksjonen av bomull tar opp 2,5 % av dyrket jord globalt, og det produseres årlig 26 millioner tonn bomull i omtrent 80 forskjellige land.

Funn fra analysen viste at det er primært seks kritiske risikoer knyttet til bomull som råvare.

### 1. KLIMAENDRINGER

Klimaendringer påvirker bomullsproduksjonen drastisk gjennom ekstremvær som tørke, flom og hetebølger. Disse hendelsene kan føre til kaskadeeffekter hvor økt fordamping gjør bomullsplanten sårbar i vekstfasen, og intensiv nedbør kan lede til avrenning av toppjord, som igjen øker forurensningen. Økte temperaturer overstiger ofte bomullens toleransegrenser, noe som reduserer vekst og produktivitet.

### 2. VANNSTRESS

Bomullsdyrking er ekstremt vannkrevende. Dette bidrar til utarming av lokale vannkilder og kan skape konflikter med andre type varer. Utilstrekkelig avløpsvannhåndtering, og dårlige reguleringer bidrar også til eutrofiering, som forverres ved fosforutslipp.

### 3. AREALBRUK OG MONOKULTUR

Intensiv arealbruk og praksis med monokultur fører til uttømming av næringsrik toppjord. Estimater tyder på at 90 % av dyrkbar toppjord vil være utarmet innen 2050. Dette reduserer jordens fruktbarhet. Avlinger kan svekkes uten tilstrekkelig organisk materiale og bære-

kraftige jordbruksteknikker. Andre risikoer som tapt flomvern og økosystem, samt barrierer mot fremmede arter forsterkes.

### 4. PLANTEVERN MIDLER OG GJØDSEL

Bruk av plantevernmidler og gjødsel i bomullsproduksjon leder til betydelig miljøforurensning. Resistens mot plantevernmidler øker også med klimaendringer, noe som krever hyppigere og kraftigere bruk av disse kjemikaliene. Det estimeres at om lag 16 % av globale plantevernmidler brukes i bomullsdyrking.

### 5. REGULATORISK RISIKO

Regulatoriske endringer både i EU, i Norge og globalt krever nye forpliktelser for bomullsindustrien, og interessentene tilknyttet denne industrien. Økte forventninger og strengere rapporteringskrav, spesielt etter avtaler som Kunming-Montreal-avtalen (GBF), kan øke ansvaret og de operative kostnadene for produsenter.

### 6. MARKEDSRISIKO

Endringer i tilgang på råvarer kan føre til ujevne verdikjedestrømmer og prissvingninger, som kan være økonomisk belastende for bomullsprodusenter. Markedstilgang kan også bli begrenset av politiske beslutninger, og prioriteringer som favoriserer matvarer fremfor ikke-essensielle råvarer som bomull.

De seks ovenfornevnte risikoene krever oppmerksomhet fra alle aktører i bomullsindustrien, fra dyrkere til detaljhandlere. Det understreker behovet for mer bærekraftige praksiser, og

større ansvar for direkte og indirekte påvirkning på natur, og dets konsekvenser.

Denne naturrisikoanalysen var VOICE sitt første steg i et mer systematisk arbeide med natur. Videre skal vi utarbeide en plan som går hånd i hånd med sporbarhet, og overgangen fra frivillig transparens i verdikjeden til obligatorisk praksis. Dette innebærer et større fokus på fremtidsrettet design, som inkluderer mindre bruk av jomfruelig materialer i tråd med vår fiberstrategi, resirkulerbarhet, og reparasjonsvennlighet, i tråd med sirkulære prinsipper.

Et annet viktig tiltak er ansvarlig innkjøp, hvor VOICE forplikter seg til å velge leverandører og materialer som minimerer negativ påvirkning på naturen. Dette inkluderer å investere i mer bærekraftige materialer og ha større fokus på vannforbruk, samt å redusere bruken av skadelige kjemikalier i produksjonsprosessen. Videre anerkjenner VOICE viktigheten av å bygge sterke partnerskap med andre aktører i bransjen for å fremme felles mål. Ved å arbeide sammen med leverandører, NGO-er, og andre bedrifter, kan vi bidra til å drive frem positive endringer i tekstilindustrien som helhet.

Denne tilnærmingen viser VOICE sin forpliktelse til å håndtere eksisterende og kommende naturrisikoer. Å adressere naturrisikoer på en proaktiv og strategisk måte, ruster oss til å planlegge omstilling fra et mer langsiktig perspektiv, og ikke minst forberede egen organisasjon på nye arbeidsprosesser.

I lys av de utfordringene og mulighetene vi har identifisert gjennom vår nylige naturrisikoanalyse, er det klart at fremtiden krever en mer målrettet og informert innsats om naturutfordringer problematikk. Vi skal fortsette å utforske og forstå de komplekse naturrisikoene som påvirker vår virksomhet og sektor. Fremover vil vi benytte oss av den metodikken som ble anvendt i vår analyse av bomullsproduksjon, for å identifisere naturrisikoer knyttet til alle nøkkelmateriale vi benytter.

Forståelsen av at naturrisiko er avhengig av lokal kjennskap, og underbygger vårt behov for å sikre sporbarhet av de materialene vi bruker. Dette vil ikke bare hjelpe oss med å identifisere opprinnelsen til materialene, men også øke vår bevissthet rundt de spesifikke påvirkningene vår produksjon har i forskjellige områder. Sporbarhet er fundamentalt for vår evne til å gjøre informerte valg og håndtere risikoer. Videre vil vi jobbe for å øke bevisstheten om vår produksjons påvirkninger på ulike områder. Dette innebærer å balansere vår bruk av materialer på en måte som gir mindre negativ påvirkning på mennesker og miljø, herunder klima og natur. Samtidig vil vårt fokus på å lage klær som varer lenge, fortsette å spille en viktig rolle.

VOICE ønsker å være klar til å reagere på endringer, og være i forkant av å drive frem positive endringer. Vi forstår at dette er en kontinuerlig prosess som krever engasjement, innovasjon, og samarbeid.



## Klimautslipp

### EFFEKTIVISERE ENERGIBRUKEN OG REDUSERE BRUKEN AV FOSSILE ENERGIKILDER I PRODUKSJON OG I DRIFT

Gjennom Parisavtalen har Norge og 196 andre land forpliktet seg til å holde den globale oppvarmingen under 2 °C, og jobbe for å begrense oppvarmingen til maks 1,5 °C. EU har satt svært ambisiøse mål for utslippsreduksjon i Europa, og jobber for at Europa skal være klimanøytralt i 2050. Innen 2030 skal utslippene reduseres med 55 %.

VOICE har som mål å bidra til en mer bærekraftig verden, og må også etterleve stadig strengere krav til kontroll og reduksjon av våre utslipp.

Karbondioksid (CO<sub>2</sub>) er den klimagassen som det slippes ut mest av under tekstilproduksjon. Utslipp av CO<sub>2</sub> blir ansett som hovedkilden til klimaendringer. Det forventes en økning i restriksjoner og kostnader knyttet til bruk

av fossile energikilder i land der VOICE har produksjon. Samtidig byr tekstilindustrien på betydelige muligheter for å forbedre energieffektiviteten, for eksempel ved å benytte mindre energikrevende maskiner og produksjonsmetoder. Dette stiller krav til forståelse blant beslutningstakere i produktutviklingsfasen. Fabrikoppsett har stor betydning for energieffektivisering, da vertikale fabrikoppsett krever mindre transport mellom produksjonssteder, og bidrar til samkjøring av sentrale prosesser i klesproduksjon.

I begynnelsen av 2023 ferdigstilte VOICE sitt første omfattende klimaregnskap, som dekker både direkte utslipp (scope 1) og indirekte utslipp (scope 2 og 3). Med dette som utgangspunkt, satt VOICE i gang arbeidet for å redusere utslippene!



## Vår klimareise

VOICE begynte sin klimareise for fullt i midten av 2022. Vår første prioritering var å kartlegge våre utslipp og utarbeide vårt aller første klimaregnskap, for å identifisere omfanget av våre utslipp, og deres opprinnelse.

Med dette som fundament utviklet VOICE en klimastrategi og vedtok tiltak for utslipps-

reduksjon i tråd med satte klimamål. I kjølvannet av disse tiltakene har bærekraftsavdelingen utvidet seg, og VOICE har prioritert opplæring og kompetanseheving blant de ansatte.

Vi har også tatt initiativ til å adressere bransjens naturpåvirkning. Illustrasjonen nedenfor oppsummerer vår klimareise.





## Grønn sosial dialog og likestillingsprosjekt i Bangladesh

I september 2023 reiste en delegasjon i regi av Etisk Handel Norge til Bangladesh, for å besøke fabrikker som deltar i prosjektene om 'Green Social Dialogue' og 'Gender Sensitivity Workplaces'. VOICE deltok på denne reisen, sammen med Virke, Forbrukertilsynet, OECDs norske kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv, Varner og Brav. Prosjektene drives av Etisk Handel Norge i tett samarbeid med Ethical Trading Initiative Bangladesh.



Tekstilsektoren er en svært verdifull eksport-industri for Bangladesh, og står for 84 % av totaleksporten. Samtidig står denne sektoren for omtrent 15 % av landets CO<sub>2</sub>-utslipp. Bangladesh er verdens syvende mest utsatte land når det gjelder miljøkonsekvenser. Ekstremtemperaturer har blitt vanligere, og innetemperaturen på fabrikkene kan ligge to grader over utetemperatur.

Tekstilsektoren er viktig som inntektskilde for Bangladesh, og derfor er det en prioritert sektor for myndighetene. De setter strengere lovkrav for å unngå negativ miljøpåvirkning, fremme klimagassreduksjon og ivareta menneskerettigheter.

Prosjektene har blitt etablert med mål om å fremme miljøhensynet, og for å bedre fabrikk-ansatte sine arbeidsvilkår, spesielt kvinner. Norad har støttet prosjekter i tekstilindustrien i Bangladesh siden 2015.

I 2023 deltok henholdsvis 11 825 mannlige fabrikkansatte, og 12 816 kvinnelige fabrikk-ansatte fra 12 fabrikker, i opplæringsprogrammet om sosial dialog. Programmet om 'Gender Sensitivity Workplaces' skapte positive resultater, ved å fremme en kultur der fabrikk-ansatte kan melde om uakseptable forhold på arbeidsplassen, som for eksempel trakassering. Totalt har det blitt gitt opplæring i 43 fabrikker.

Prosjektet om 'Green Social Dialogue' er det første pilotprosjektet med fokus på klima- og bevisstgjøring i tekstilfabrikker, som implementeres i Bangladesh. De fem fabrikkene som deltok i programmet, har blant annet utarbeidet opplæringskampanjer og handlingsplaner, der ledelsen og 483 fabrikkansatte har vært involvert. Det ble satt KPI-er, og etablert tiltak innen resirkulering, vannforbruk, avfallshåndtering og energiforbruk.



VOICE sin Bærekraftsrådgiver for klima og miljø, Maud Sundnes Moen deltok på reisen.

*'Besøket til Bangladesh var utrolig lærerikt og inspirerende. Som ny i både klesbransjen og i VOICE, var prosjektreisen mitt første møte med tekstilproduksjon på bakkenivå. På et par dager fikk jeg en dypere forståelse av Bangladesh som en av verdens fremste tekstilproduserende land, lokale forutsetninger for fabrikkansatte og muligheter for bærekraftstiltak i fabrikkene. Til tross for at vi ikke besøkte fabrikker hvor VOICE har produksjon, var det en viktig introduksjon til hvordan vi kan bruke sosial dialog til å drive positiv endring i produksjonsleddet. Turen var også en god anledning til å bli kjent med flere sentrale aktører i norsk tekstilbransje.'*

- Maud



Foto: Etisk handel Norge/Lars Igesund  
Gruppebilde-foto: Etisk handel Norge



## Klimaregnskap

I begynnelsen av 2023 fullførte vi vårt første klimaregnskap for VOICE. Vi benytter året 2021 som referanseår når vi måler fremgang i vårt arbeid med utslippsreduksjon. Dette gjøres som en integrert del av en overordnet klimastrategi. Et klimaregnskap er et nødvendig verktøy for å identifisere konkrete tiltak som reduserer og effektiviserer vårt energiforbruk og tilhørende utslipp. Årlig utarbeider vi et klimaregnskap, og resultatene av dette gjør oss i stand til å måle nøkkeltall og utvikling av våre aktiviteter og vår drift. Slik kan vi evaluere fremgang og effekt av alle tiltak vi iverksetter, og sammenlikne resultatene over tid.

Klimaregnskapet omfatter VOICE Norge AS, inkludert drift av kjedekonseptene Match, VIC og Boys of Europe, i tillegg til produksjon, transport, logistikk og varehandel av våre 13 egne klesmerkevarer i VOICE-konsernet, samt varehandel av alle eksterne merkevarer som vi selger gjennom kjedekonseptene.

Aktivitetsdata, altså kvantitative opplysninger om aktiviteter som direkte eller indirekte fører til utslipp av klimagasser, slik som energiforbruk, reisedata, materialbruk, avfallsmengder, osv. i VOICE sitt klimaregnskap stammer både fra

eksterne og interne kilder. Disse dataene kombineres med utvalgte utslippsfaktorer (for eksempel kilo CO<sub>2</sub> per kWh elektrisitet forbrukt) og blir omregnet til tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter. Analysen er basert på den internasjonale standarden A Corporate Accounting and Reporting Standard<sup>9</sup>, som er utviklet av Greenhouse Gas Protocol Initiative<sup>10</sup>, oftest omtalt som GHG-Protokollen. Dette er den mest anvendte metoden verden over for å måle utslipp av klimagasser. ISO-Standard 14064-1 er også basert på GHG-Protokollen.

**VOICE har lagt til grunn de fem prinsippene for god rapportering i henhold til GHG Protocolen:**

- 1. RELEVANS:** De viktigste utslippene fra prosessene og aktivitetene som en virksomhet har, danner datagrunnlaget for hva som må være med i klimaregnskapet.
- 2. FULLSTENDIGHET:** I henhold til Green House Gass Protocol er det obligatorisk å rapportere på scope 1 og 2, mens scope 3 er frivillig. Vi har valgt å inkludere scope 3, ettersom det er de indirekte utslippene som står for mesteparten av våre utslipp, herunder utslipp fra produksjon.

**3. SAMMENLIGNBARHET:** Klimaavtrykket blir ofte større etter hvert som rapporteringen blir bedre. Gode rutiner gjør det enkelt å kunne dokumentere endringer, samt å se hvilken påvirkning klimaavtrykket har over tid.

**4. ÅPENHET:** Det er viktig at regnskap og metodikk viser hvordan utslippstallene har blitt beregnet, for eksempel hvilke faktorsett selskapet har brukt.

**5. NØYAKTIGHET:** Det er vanlig praksis å først vurdere hvilke kategorier som er mest relevante, og deretter fokusere innsatsen på å fastslå nøyaktige mengdetall, som for eksempel liter drivstoff, innen disse kategoriene. Kategorier som anses som mindre viktige, kan baseres på estimater. På sikt vil kategorier som er estimert bli erstattet med nøyaktige tall.

I metoden skiller det mellom operasjonell kontroll og finansiell kontroll. Vi har fulgt operasjonell kontrollmetoden, som inkluderer utslippskildene som VOICE kontrollerer, men ikke nødvendigvis eier, som for eksempel produksjon av klær vi selger i våre butikker, og strøm fra lokalene vi leier for å selge våre produkter i butikk.

I VOICE håndterer vi et bredt spekter av utslipp. Noen av disse har vi direkte kontroll over, som våre reisevalg, de kjøretøyene vi bruker, og strømforbruket på hovedkontoret og lageret. Disse utgjør våre direkte utslipp. På den andre siden er det utslipp som ligger utenfor vår umiddelbare kontroll. Disse indirekte utslippene krever samarbeid med våre interessenter for å oppnå en betydelig reduksjon. Dette kan for eksempel være samhandling med leverandører i produksjonsland eller med gårdseiere.



I et klimaregnskap skiller vi mellom ulike typer utslipp. Vi skiller mellom tre kategorier (scope 1, 2 og 3) (se neste side):

<sup>9</sup> Corporate Standard | GHG Protocol

<sup>10</sup> About Us | GHG Protocol





### Direkte utslipp

Firmabiler (fossilt drivstoff)



### Indirekte energiutslipp

Firmabiler (elektrisk drivstoff)



Elektrisitet hovedkontor, lager og butikker



### Alle andre indirekte utslipp -utenfor vår kontroll, men som påvirkes av våre valg og handlinger

Transport mellom ulike deler av produksjonskjeden



Egen produksjon



Eksterne merkevarer



Transport og distribusjon fra lageret til butikk og kunder



Transport og fra produksjonsland til lageret



Jobsbreiser



Driftstjenester (varer og tjenester)



Avfall



Drivstoff og energi



## Scopes

### I ET KLIMAREGNSKAP SKILLER VI MELLOM ULIKE TYPER UTSLIPP. DISSE ER KATEGORISERT I TRE SCOPES, FORKLART NEDENFOR.

Illustrasjonen til venstre spesifiserer hvilke kategorier som inngår i hvert scope i VOICE sitt klimaregnskap.

#### SCOPE 1

#### DIREKTE UTSLIPP FRA VOICE SINE EGNE OPERASJONER

**Firmabiler (fossilt drivstoff):** Utslipp fra biler som VOICE leaser, og alle tjenestereiser hvor det er brukt bil med fossilt drivstoff som transportmiddel. Dette er beregnet fra kjørelengde til CO<sub>2</sub>-ekvivalenter. Ved bruk av hybridbil, blir bilens fossile drivstoffforbruk inkludert her.

#### SCOPE 2

#### INDIREKTE UTSLIPP FRA VOICE SITT ENERGI FORBRUK

**Firmabiler (elektrisk drivstoff):** Utslipp fra biler som VOICE leaser, og alle tjenestereiser hvor det er brukt bil med elektrisk drivstoff som transportmiddel. Dette er beregnet fra kjørelengde til CO<sub>2</sub>-ekvivalenter. Ved bruk av hybridbil, blir bilens strømforbruk inkludert her.

#### Elektrisitet i hovedkontor, lager og butikker:

Utslipp fra vårt strømforbruk i våre lokaler. For hovedkontor, lager og de fleste butikkene leser vi nøyaktig strømforbruk i kilowatt fra strømmålere. For resterende butikker gjør vi en snittberegning basert på strømforbruk fra butikker med strømmålinger. I klimaregnskapet blir kilowatt omberegnet til CO<sub>2</sub>-ekvivalenter.

#### SCOPE 3

#### GJENSTÅENDE INDIREKTE UTSLIPP FRA VOICE SINE EGNE OPERASJONER OG VERDIKJEDE

Ettersom vi ikke har kontroll over transporten under produksjon, er utslippstall basert på vitenskapelige estimater.

**Egen produksjon:** Utslipp fra produksjon av klær fra egne merkevarer. Dette er beregnet med utgangspunkt i antall kilo per fiber. Det inkluderer hovedmateriale (main fabric), fyllingsmaterialer (dun, vatt, og liknende), og fôr (lining), samt produksjonsrester fra materialene. Tallene inkluderer ikke tilbehør som knapper, glidelåser, og liknende, ofte omtalt i tekstilindustrien som 'trims and accessories'.

**Eksterne merkevarer:** Utslipp fra eksterne merkevarer som selges hos VOICE sine kjedekonsepser. I mangel på utslippstall fra de eksterne merkevareleverandørene tar vi hvert år utgangspunkt i data fra egne merkevarer for å beregne gjennomsnittlig utslipp per plagg i en varegruppe. For sko og smykker er utslipp per stykk basert på eksterne beregninger.

### SCOPE 3 FORTS.

**Transport og distribusjon fra lager, til butikk og kunder:** Utslipp fra transport av våre varer mellom lager, butikk og kunder. Utslippsdata er levert av PostNord og Porterbuddy.

**Transport og distribusjon fra produksjonsland til hovedkontor og lager:** Utslipp fra transport av vareprøver og endelige varer fra produksjonsland til lager og hovedkontor. Utslippsdata er levert av Collicare, DHL og DB Schenker.

**Bedriftsreiser:** Utslipp fra fly benyttet i tjenestereiser. Utslippsdata er levert av reisebyråene Berg-Hansen og BCD. Vi inkluderer Radiative Forcing Index (RFI) i de endelige utslippstallene.

**Driftstjenester (varer og tjenester):** Utslipp fra driftstjenester i Norge. Dette inkluderer reklame og PR, datasystemer, programvare, ansettelsestjenester, kontormøbler, utskrift av materialer, anleggstjenester, sikkerhetstjenester, konsulentstjenester, byggetjenester, reparasjon og vedlikehold, arrangementer, elektrisk utstyr, kontorrekvisita, lysarmatur, datarelatert maskinvare, mat og drikke, leasing av bil, reisebyråer, regnskap, papir, telekommunikasjon, forsikringer, ventilasjon, juridiske tjenester og andre profesjonelle tjenester. Utslippstall er basert på vitenskapelige estimater som regner om

innkjøpsverdi i NOK til CO<sub>2</sub>-ekvivalenter. Innkjøpskostnad i NOK blir ikke inflasjonsjustert.

**Avfall:** Utslipp fra avfall generert på hovedkontoret, lageret og butikkene. Mengde avfall sortert i ulike avfallskategorier blir omregnet til CO<sub>2</sub>-ekvivalenter. Avfallsdata for hovedkontor og lager er levert av Norsk Gjenvinning AS. Vi har ikke avfallsdata fra butikkene. Utslippstall fra avfall i butikk baseres på et estimat av antall kilo vareemballasje i papp og plast, som er det mest betydelige avfallet generert i butikkene.

**Drivstoff- og energi:** I scope 1 og 2 beregnes utslippene fra forbrenning/forbruk av energi, mens i scope 3 beregnes utslippene fra produksjonen av denne energien.

## Våre utslipp

### KLIMAGASSREGNSKAP 2021–2023

tCO<sub>2</sub>e = tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter

VOICE har lave utslipp under scope 1 og 2, sammenliknet med scope 3. Omtrent 85 % av VOICE sine utslipp er relatert til produksjonen av klærne som skjer i produksjonsland (hovedsakelig i Asia og Tyrkia), og som selges i våre butikker i Norge.

Produksjon av klær er en ressurs- og energiintensiv prosess, som fører til høye utslipp.

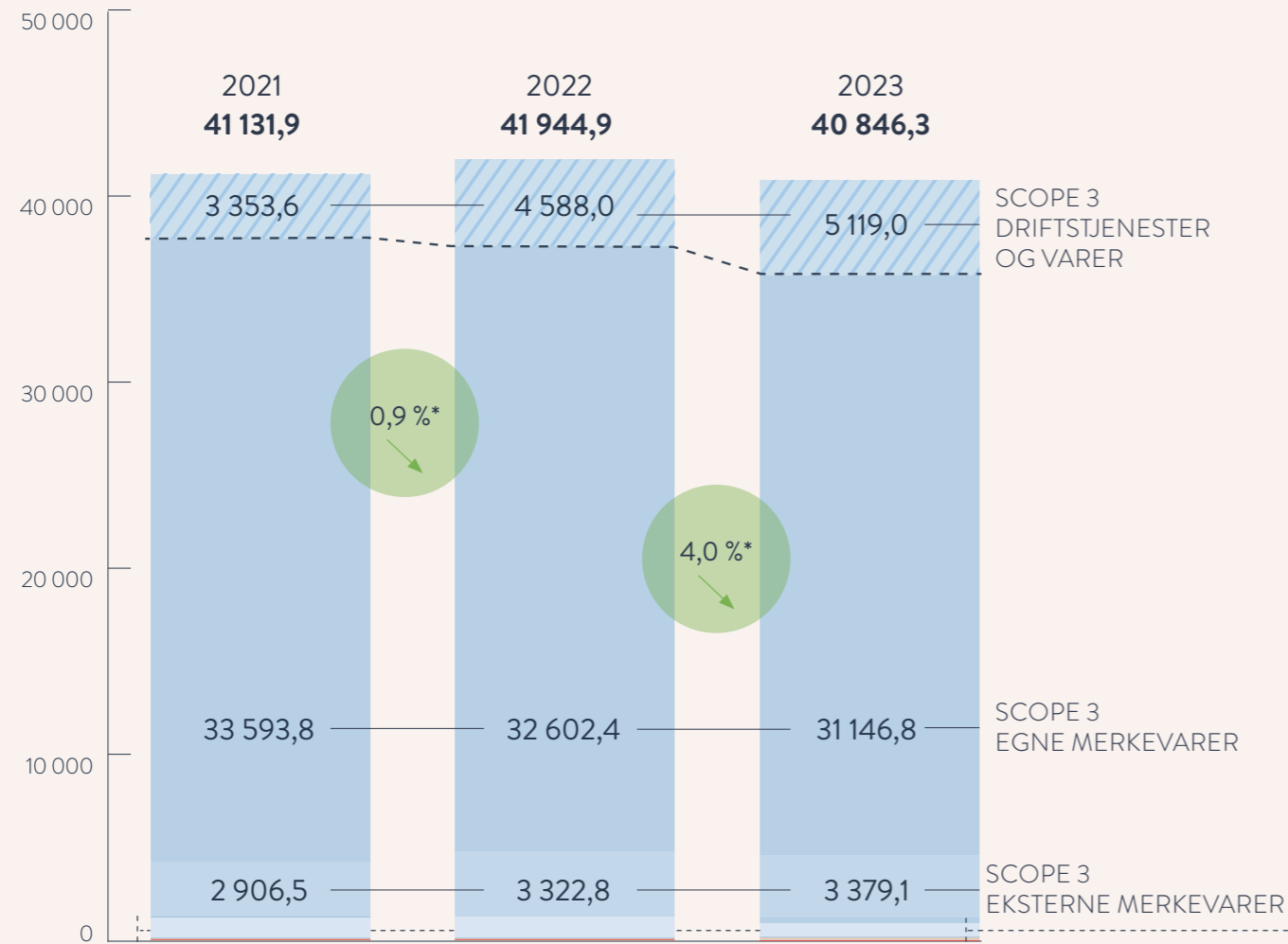
Verdikjeden av tekstiler er kompleks og strekker seg fra landbruk, utvinning av fossile drivstoffer og dyrehold, til produksjon av andre materialer enn tekstiler og sammenstilling av det endelige produktet.

Valgene vi tar under design- og produktutvikling, produksjon og transport er derfor avgjørende for å realisere våre ambisjoner om utslippsreduksjon.

tCO <sub>2</sub> e per kategori	2021	2022	2023
Scope 1: Drivstoff	41,3	38,3	14,1
Scope 2: Elektrisitet	58,3	67,0	111,2
Scope 3: Egne merkevarer	33 593,8	32 602,4	31 146,8
Scope 3: Eksterne merkevarer	2 906,5	3 322,8	3 379,1
Scope 3: Driftstjenester og -varer	3 353,6	4 588,0	5 119,0
Scope 3: Transport og distribusjon	1 104,9	1 099,2	735,2
Scope 3: Jobbreiser	38,4	179,6	279,2
Scope 3: Avfall	23,9	23,9	18,3
Scope 3: Drivstoff og energi	11,2	23,7	43,4
<b>TOTALT</b>	<b>41 131,9</b>	<b>41 944,9</b>	<b>40 846,3</b>

### UTSLIPSDISTRIBUSJON TOTALT FOR 2021, 2022 OG 2023

tCO<sub>2</sub>e = tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter

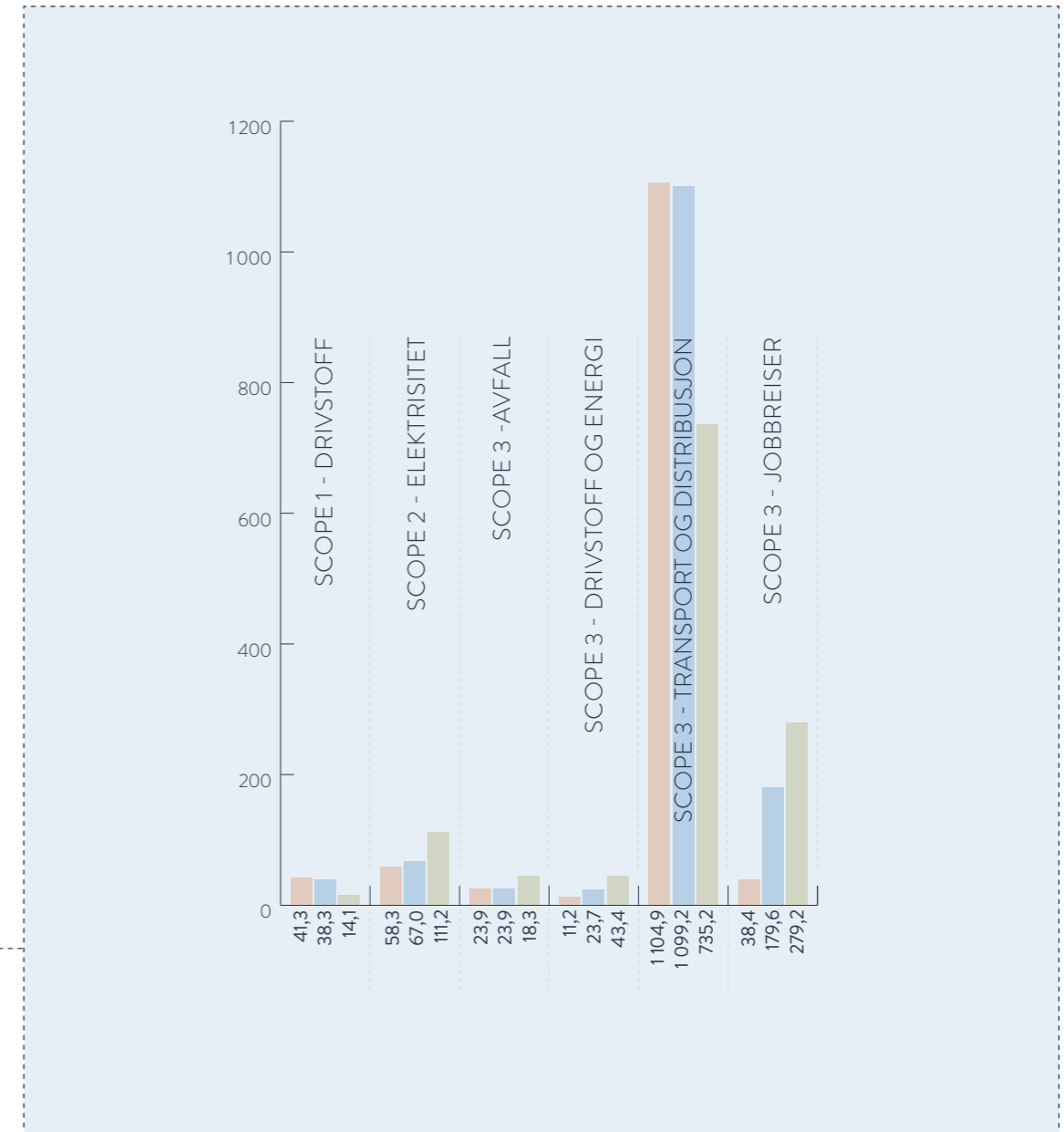


\* Gjelder utslipp eks. driftstjenester og varer

### UTSLIPSDISTRIBUSJON PER KATEGORI FOR 2021, 2022 OG 2023

tCO<sub>2</sub>e = tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter

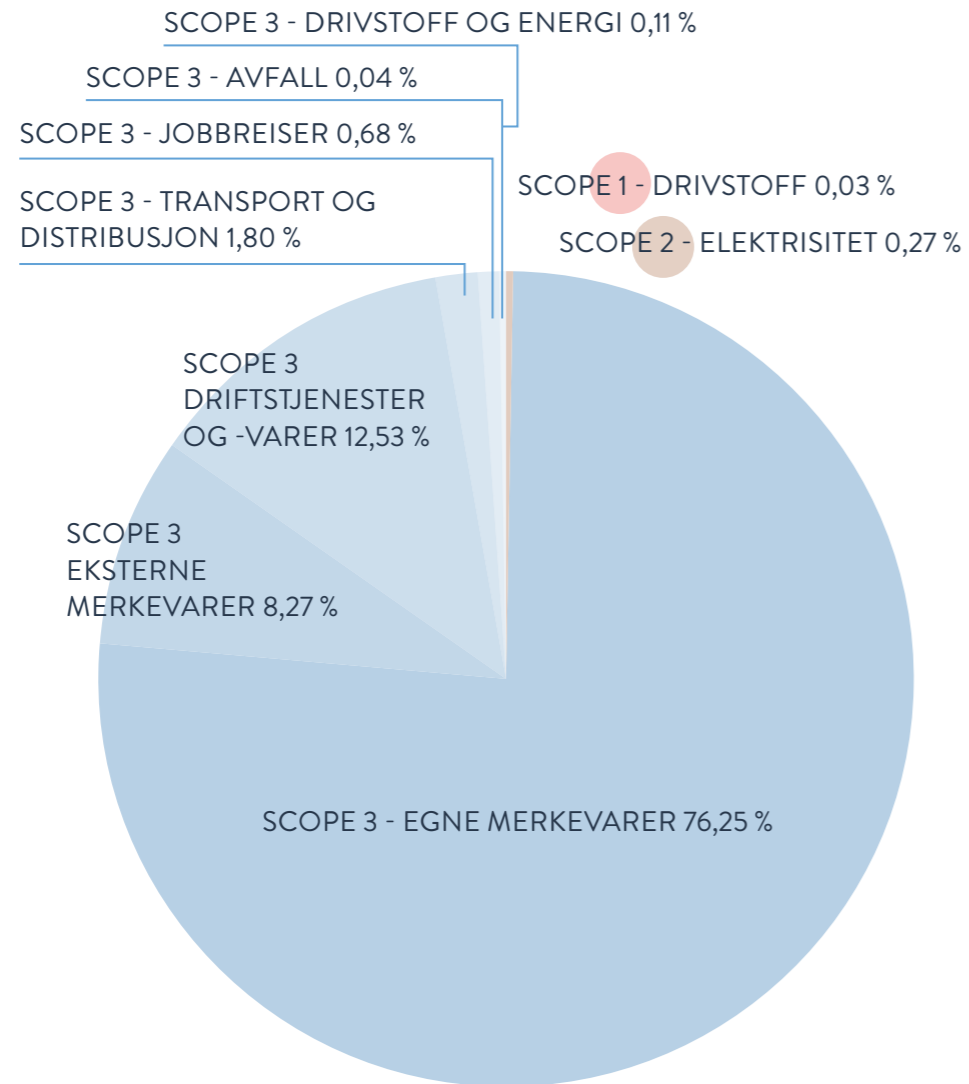
2021 2022 2023





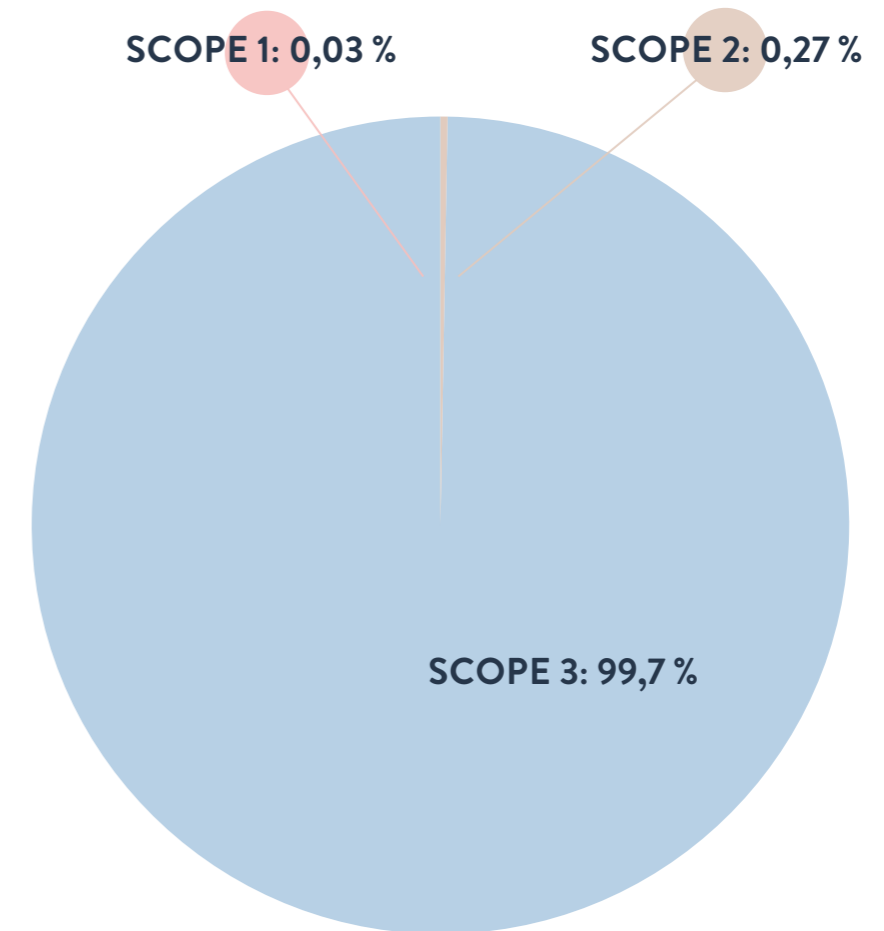
**KLIMAGASSREGNSKAP 2023**

Utslipp per kategori i 2023



- SCOPE 1 DRIVSTOFF
- SCOPE 2 ELEKTRISITET
- SCOPE 3 EGNE MERKEVARER
- SCOPE 3 EKSTERNE MERKEVARER
- SCOPE 3 DRIFTSTJENESTER OG -VARER
- SCOPE 3 TRANSPORT OG DISTRIBUTJON
- SCOPE 3 JOBBREISER
- SCOPE 3 AVFALL
- SCOPE 3 DRIVSTOFF OG ENERGI

tCO<sub>2</sub>e i 2023

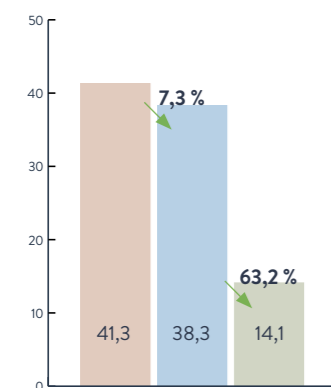


- SCOPE 1
- SCOPE 2
- SCOPE 3

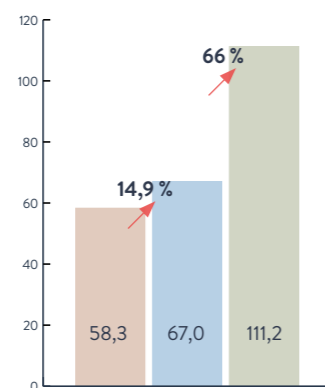
## UTSLIPPSUTVIKLING PER KATEGORI

tCO<sub>2</sub>e = tonn CO<sub>2</sub>-ekvivalenter

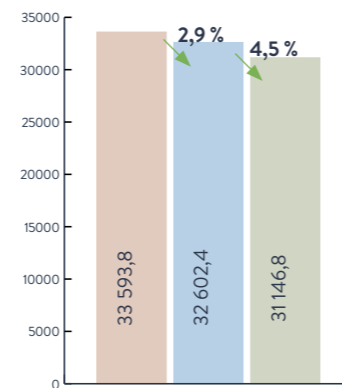
2021 2022 2023



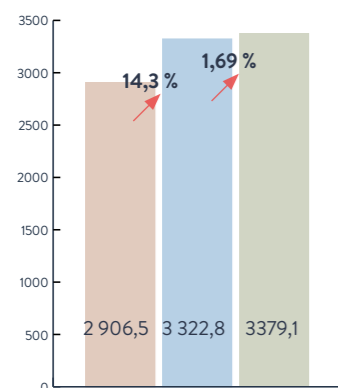
**SCOPE 1 - DRIVSTOFF**



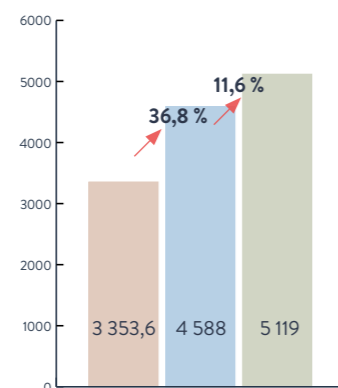
**SCOPE 2 - ELEKTRISITET**



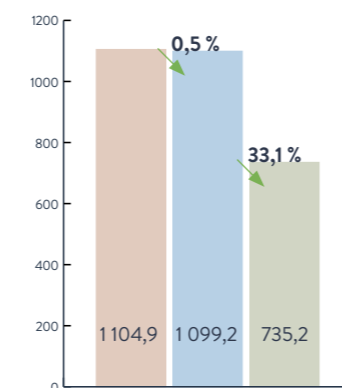
**SCOPE 3 - EGNE MERKEVARER**



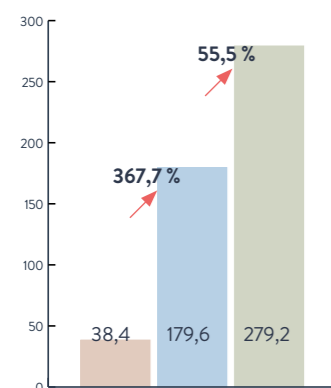
**SCOPE 3 - EKSTERNE MERKEVARER**



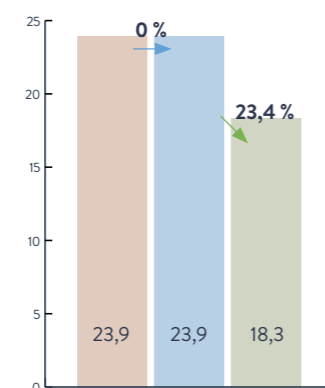
**SCOPE 3 - DRIFTSTJENESTER OG -VARER**



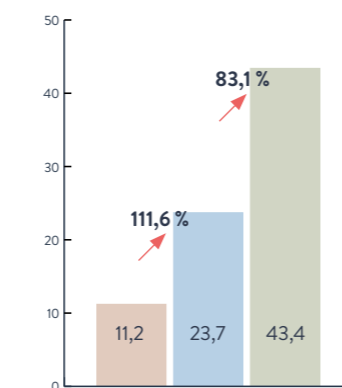
**SCOPE 3 - TRANSPORT OG DISTRIBUTJON**



**SCOPE 3 - JOBBREISER**



**SCOPE 3 - AVFALL**



**SCOPE 3 - DRIVSTOFF OG ENERGI**

## Forklaring på endringer i utslipp per kategori

### SCOPE 1 - DRIVSTOFF

Redusert andelen bensindrevne firmabiler.

### SCOPE 2 - ELEKTRISITET

Økt andel el- og hybrid-firmabiler. I tillegg til våre direkte handlinger, så har andelen 'annet fossil', 'gass' og 'kull' økt i den nasjonale energimiksen.

### SCOPE 3 - EGNE MERKEVARER

Redusert mengde fibre i kilo benyttet i produksjon og økt andelen foretrukne fibre.

### SCOPE 3 - EKSTERNE MERKEVARER

Økt antall innkjøp fra eksterne merkevarer fra 2021 til 2022. Fra 2022 til 2023 reduserte vi antall innkjøp. Økning skyldes derfor type varegruppe.

### SCOPE 3 - DRIFTSTJENESTER OG -VARER

Økt andelen tjenester vi inkluderer i regnskapet fra 90 % av innkjøpsverdi i 2021 og 2022, til 95 % i 2023. Deler av økningen skyldes også at utslippsfaktoren er basert på kostnad i NOK og blir ikke justert for inflasjon.

### SCOPE 3 - TRANSPORT OG DISTRIBUTJON

Betydelig redusert flytransport og økt andelen sjøtransport.

### SCOPE 3 - JOBBREISER

Økt reiseaktivitet blant ansatte.

### SCOPE 3 - AVFALL

Redusert avfallsmengde, og økt avfallssortering.

### SCOPE 3 - DRIVSTOFF OG ENERGI

Økt andel el- og hybrid-firmabiler, i tillegg til at andelen 'annet fossil', 'gass' og 'kull' har økt i den nasjonale energimiksen.

## Våre klimamål

Med utgangspunkt i klimaregnskapet, etablerte vi i 2023 VOICE sin første klimastrategi. Denne strategien har definerte mål og tiltak for utslippsreduksjon under scope 1, 2 og 3.

Vi har satt oss ambisiøse mål for å redusere våre klimagassutslipp, som en del av vår forpliktelse til å begrense klimaendringene. Målene sikter mot utslippsreduksjon i våre aktiviteter og operasjoner, og hos våre leverandører og samarbeidspartnere. VOICE har vedtatt klimamål som skal nås innen: 2025, 2030 og 2050.

Målene våre er basert på metodologi og kriterier fra Sciences Based Initiative, noe som understreker både målenes vitenskapelige grunnlag og deres anerkjennelse. I 2024 planlegger vi å igangsette en søknad om validering av våre mål om utslippskutt av Science Based Target Initiative.

1

I løpet av **2025** har vi et mål om å oppnå 100 % reduksjon i utslipp fra scope 1 og 2

Vi starter med det vi har direkte kontroll over. For å nå dette målet må alle firmabiler være elektriske. I tillegg er vi nødt til å kjøpe strøm fra fornybare energikilder med opprinnelsesgaranti.

2

I løpet av **2030** har vi et mål om å oppnå 55 % reduksjon i utslippsintensitet relativt til omsetning, som en del av scope-3-reduksjon

I tråd med Norge, EU og Parisavtalen, forplikter VOICE seg til dette målet. For å oppnå dette forutsettes betydelig økt kunnskap om utslipp i verdikjeden, om produkt- og materialrelaterte utslipp, bedre utslippsdata fra eksterne leverandører av varer og tjenester, og nye forretningsmodeller.

3

I løpet av **2050** har vi et mål om å oppnå netto null utslipp i tråd med SBT (Science Based Targets) vitenskapsbaserte mål

I tråd med utslippsreduksjon som både Norge og EU har satt seg, ønsker også VOICE å forplikte seg til dette målet. For å faktisk oppnå dette, forutsettes det godkjenning av vitenskapsbaserte klimamål, bruk av materialer som stammer fra kilder med lavere utslipp, produksjonsmetoder som er mindre ressursintensive og har mindre skade på miljøet, samt nye forretningsmodeller. For å nå målet om netto-null-utslipp, vil det være nødvendig med karbonkreditter og annen type kompensasjon, gitt nåværende forutsetninger.



## Våre tiltak

For å håndtere klimautfordringene vi står overfor, har det aldri vært viktigere å iverksette målrettede og effektive tiltak for å redusere utslipp. Vår tilnærming til utslippsreduksjon har tre horisonter: kortsiktige, mellomlangtsiktige, og langsiktige tiltak. Ved å kategorisere våre initiativer på denne måten, sikrer vi at vi både kan oppnå umiddelbare forbedringer og legge grunnlaget for riktig utvikling i årene som kommer. Dette gjør oss i stand til å møte dagens behov, men også å forberede oss på fremtidens utfordringer, og sørge for at vi beveger oss målrettet mot våre ambisiøse klimamål.

*I illustrasjonen til høyre oppsummerer vi VOICE sine prioriterte klimatiltak, per kategori og scope.*

I tillegg til våre tiltak kategorisert etter tidsrammer, er det viktig å anerkjenne innsatsen som pågår uavbrutt og uavhengig av spesifikke tidshorisonter. Disse kontinuerlige tiltakene representerer en prosess som er integrert i vårt daglige arbeid, våre prosesser og vår kultur. Dette gjør det mulig for oss å tilpasse oss nye utfordringer og muligheter som oppstår, og kontinuerlig forbedre vår miljøprestasjon. VOICE sine pågående klimatiltak og kan oppsummeres i fire punkter:

- Benytte fibre og materialer som genererer lavest mulig utslipp i produksjon av våre produkter.
- Samarbeide tett med våre produsenter for å fremme energieffektivitet og -omstilling til fornybare energikilder.

- Utvikle og produsere produkter av høy kvalitet og som også er designet for lang levetid.
- Velge transportmetoder med lavest mulig miljøpåvirkning. VOICE har en satt regel om at ingen av våre produkter skal fraktes med fly fra produksjonsland til vårt hovedlager.

Videre presenterer vi alle 17 tiltak, som er vedtatt av ledergruppen. De dekker et bredt spekter av aktiviteter og prosesser som er utformet for å redusere vår miljøpåvirkning. Tiltakene er gruppert i følgende nøkkelt kategorier: Varer og tjenester, transport, energi, styring og strategi og materialer.

Hver kategori representerer et fokusområde hvor vi tror VOICE kan ha en betydelig og positiv effekt. På neste oppslag presenterer vi tiltakene med beskrivelser, inkludert bakgrunnsinformasjon for å belyse hvorfor de er essensielle og hvordan de vil hjelpe oss å nå våre miljømål. Dette inkluderer implementering, hvilken scope de dekker, og den tiltenkte tidshorizonten.

Gjennom denne tilnærmingen sikrer vi at vi kan oppnå merkbare fremskritt mot våre miljømål. Dette gjør oss i stand til å effektivt overvåke fremgang, tilpasse strategier etter behov, og sørge for at alle involverte er godt informert om våre tiltak. Denne prosessen er sentral for å sikre at våre miljøtiltak er både gjennomtenkte og målrettede, og reflekterer vår omstillingsplan.

## Klimatiltak oppsummert

SCOPE: ① ② ③

	VARER OG TJENESTER	TRANSPORT	ENERGI	STYRING OG STRATEGI	MATERIALER
KORTSIKTIG - LANGSIKTIG	Stille klimakrav ved innkjøp av eksterne varer og -tjenester ③	Forby varetransport med fly ③	Øke energi-effektivisering i Norge ②	Videreutvikle klimaregnskap og forbedre datainnhenting fra leverandører ① ② ③	Inkludere klima som kriterium i fiber- og materialstrategi ③
	Revidere innkjøpspolicy for driftsvarer og -tjenester ① ② ③	Oppnå fullstendig utslippsfri bilpark ① ②	Prioritere produksjon i fabrikker som investerer i energi-effektivisering og utslippskutt ③	Få vitenskapsbaserte klimamål godkjent av SBTi ① ② ③	Gjennomføre utslippsberegninger for prioriterte fiber og materialgrupper ③
		Krav til mer klimavennlig transport mellom produksjonsland og lageret til VOICE ③			
			Redusere forbruk av fossil energi hos produsenter ③	Implementere ny design- og produktutviklingsprosess som inkluderer klimakriterier, sirkulære prinsipper m.m. ③	Piloter med nye materialer ③

KATEGORI	TILTAK	BESKRIVELSE OG BAKGRUNN	IMPLEMENTERING	SCOPE
VARER OG TJENESTER	Stille klimakrav ved innkjøp av eksterne varer og -tjenester	Sikre at leverandører reduserer utslipp fra varer og tjenester som brukes på hovedkontor, enkelstående butikker og lager.	Vi kartlegger de ulike avtalene med leverandører av produkter og tjenester. Dette innebærer en samhandling med leverandører for å sikre klimatiltak og utslippsreduksjon. Avhengig av modenhetsnivå hos leverandøren, implementeres tiltakene med bestemte tidsperspektiver.	3
TRANSPORT	Oppnå fullstendig utslippsfri bilpark	Det er nødvendig å kutte de direkte utslippene fra bilparken ved å gå over til elektriske kjøretøy.	VOICE har et mål om å skifte ut hele bilparken innen 2025.	1, 2
ENERGI	Øke energieffektivisering i Norge	Redusere forbruk av strøm på hovedkontor, i butikker og på lager.	Dette er en relativt enkel og effektiv måte å redusere strømforbruk og utslipp på. Det er tiltak som engasjerer ansatte og som bidrar til å skape bevissthet rundt klimatiltak. Implementering inkluderer bruk av sensorlys og LED-lys, isolasjon og energieffektivisering, mer bruk av fornybar energi, opplæring og bevisstgjøring, i tillegg til mer detaljert innsikt i energiforbruk og bedre tilpasning av energibruken basert på faktisk behov.	2
TRANSPORT	Forby varetransport med fly	Innføre krav om nulltoleranse for frakt av egen produksjon med fly fra produksjonsland til lageret. Det gis som hovedregel ingen unntak.	Tiltaket har en betydelig utslippsreducerende effekt og innebærer en revisjon av transportstrategi.	3
STYRING OG STRATEGI	Videreutvikle klimaregnskap og forbedre datainnhenting fra leverandører	2021-klimaregnskapet gir et godt utgangspunkt for å identifisere prioriterte tiltak. Vi ser et behov for å innhente mer detaljert informasjon fra leverandørene, og et potensiale for å effektivisere arbeidet.	Dette er et kontinuerlig arbeid. Det er en fordel å koble interne systemer til klimaregnskapet. Tiltaket implementeres ved å i større grad spesifisere informasjonskrav fra leverandørene.	1, 2, 3
VARER OG TJENESTER	Revidere innkjøpspolicy for driftsvarer og -tjenester	Oversikt over hva leverandørene kan tilby av dokumentasjon og mer klimavennlige produkter og tjenester skal kartlegges. Produktkrav strammes inn og utvides til flere produktgrupper på sikt.	Klima inkluderes som et krav i innkjøpsrutinene til VOICE. Ansvarlig for leverandøravtalen følger opp tiltak og samhandler med leverandørene for innkjøp av mer klimavennlige produkter og tjenester.	1, 2, 3
MATERIALER	Inkludere klima som kriterium i fiber- og materialstrategi	Det er store utslipp knyttet til utvinning av materialer og det er avgjørende for VOICE at klimahensyn integreres i material- og fiberkriterier. Målet er å redusere utslippsintensitet i tråd med klimamål for scope 3.	VOICE utarbeider materiale- og fiberstrategi for hele organisasjonen, der tiltak rangeres etter prioritet for å oppnå VOICE sine klimamål. Oppdatering av fiberstrategien er en videreutvikling av den eksisterende strategien, der flere parametere integreres, herunder sporbarhet, utslipp, vannforbruk, kjemikalier, med flere. Mer detaljer om metodikken vi benytter i utarbeidelse av fiberstrategien vil beskrives i neste års rapport.	3
MATERIALER	Gjennomføre utslippsberegninger for prioriterte fiber og materialgrupper	VOICE ønsker mer nøyaktig utslippsinformasjon og vil knytte utslippsberegningene til rapportering om effekten av utslippstiltakene, samt bruke det som bakgrunn for å utarbeide og utvikle relevante strategier.	Beregninger av klimagassutslipp for tekstilprodukter er i stadig utvikling. VOICE samarbeider med eksterne eksperter og andre aktører for å identifisere de mest treffsikre faktorene og å finne de beste verktøyene.	3

KATEGORI	TILTAK	BESKRIVELSE OG BAKGRUNN	IMPLEMENTERING	SCOPE
MATERIALER	Redusere bruk av utslippsintensive fibre og materialer	For å nå mål om reduksjon av utslippsintensivitet for scope 3, må VOICE bruke materialer med lavere utslipp. Fiber- og materialproduksjonen utgjør en betydelig del av de samlede utslippene, og arbeidet med å redusere disse er i gang. For å lykkes med dette er sporbarhet avgjørende, og dermed en prioritet for VOICE.	Kartlegging av materialene som brukes, samt deres opprinnelse er en forutsetning for å klare dette, i tillegg må fiber- og materialstrategiene videreutvikles. VOICE jobber tett med leverandører, utforsker verktøy for sporbarhet og velger sertifiseringer som er i tråd med VOICE sin strategi.	3
ENERGI	Prioritere produksjon i fabrikker som investerer i energi-effektivisering og utslippskutt	Utslipp under produksjon er betydelig, derfor er det nødvendig å bruke mindre, effektivisere bruk og velge energi fra lav-utslippskilder. Fabrikker som investerer i energieffektivisering og utslippskutt prioriteres.	Deler av produksjonen vil flyttes til land med høyere fornybarandel i kraftmiksen, sammen med fokus på energieffektivisering og utslippsreduksjoner i hver enkelt fabrikk.	3
TRANSPORT	Krav til mer klimavennlig transport mellom produksjonsland og lageret til VOICE	Målet er å redusere utslipp gjennom optimalisering av transportnettverket.	VOICE må stille bestemte krav til transportører avhengig av produktets klimaspor. Supply Chain-avdelingen styrer leverandøravtaler og vurderer klimavennlige transportalternativer.	3
ENERGI	Insentivere energisparing og energiomlegging hos produsenter	Ved å kartlegge energiforbruk og alternative energikilder hos produsenter, kan vi på en bedre måte stille krav om energisparing og -omlegging i produksjonen.	VOICE prioriterer fabrikker med størst produksjonsandel og dermed størst påvirkningskraft. Veiledning rundt energieffektiviseringstiltak vil bli prioritert, og krav vil bli satt og kommunisert. Gjennom kontinuerlig dialog og samarbeid vil VOICE arbeide for å sikre at energisparende tiltak blir implementert og resultatene monitorert.	3
MATERIALER	Piloter med nye materialer	Ved å innføre materialer med lavere klimautslipp kan VOICE forbedre sin miljøpåvirkning og samtidig beholde kvalitet og sikre tilgjengelighet av produktene.	Livssyklusanalyser (LCA) vil avdekke potensialet for ulike materialer basert på deres utslippsnivåer gjennom hele livssyklusen. VOICE utvikler en plan for testing av nye materialer som møter klimamål og vil strategisk velge produktkategorier som er best egnet for implementering av disse nye materialene.	3
STYRING OG STRATEGI	Få vitenskapsbaserte klimamål godkjent av SBTi	Vitenskapsbaserte klimamål anses som den mest pålitelige metoden for å sette realistiske og ansvarlige klimamål. VOICE søker om å få disse målene verifisert og godkjent av Science Based Targets initiative (SBTi).	Rådgiver innen Klima og Miljø er ansvarlig for å initiere verifiseringsprosessen, som kan ta opp til to år. Denne prosessen vil inkludere etablering av et klimaregnskap og utvikling av konkrete klimamål og -tiltak. Rådgiveren skal også sørge for at fremtidige initiativer er i tråd med SBTis krav.	1, 2, 3
STYRING OG STRATEGI	Integrere klima og sirkularitet som kriterier for produktutviklingsprosesser	Det er under produktutvikling hensyn om sirkularitet må tas, deriblant reparerbarhet, gjenvinningsgrad og resirkuleringskompleksitet. I tillegg har valg av materialer, farger og prosesser i produksjon betydning på produktets fotavtrykk og klimautslipp. Ved å ta bevisste valg, kan dette reduseres.	Tydelige kriterier innen klimautslipp og sirkulære modeller etableres. VOICE utarbeider en strategi med tilhørende prosessplan, for implementering og operasjonalisering. Prosessen skal veilede produktavdelingen til å ta bedre designbeslutninger og utvikle varer som er designet for å bli resirkulert etter bruk.	3



KATEGORI	TILTAK	BESKRIVELSE OG BAKGRUNN
ENERGI	Redusere forbruk av fossil energi hos produsenter	Fossile brensler står for en stor del av utslippene i produksjonen og det er nødvendig med en strategi for reduksjon. Ved å redusere avhengigheten av fossile brensler kan VOICE både redusere sitt klimaavtrykk og imøtekomme fremtidige reguleringer.
STYRING OG STRATEGI	Implementere ny design- og produktutviklingsprosess som inkluderer klimakriterier, sirkulære prinsipper m.m.	Teknologisk innovasjon og bruk av nye materialer som ikke kommer fra fossile kilder blir stadig viktigere i markedet. Ved å integrere LCA-analyser og sirkulære prinsipper i design- og utviklingsprosessen kan VOICE redusere utslippene betydelig.



IMPLEMENTERING	SCOPE
VOICE fokuserer på å redusere bruken av fossile brensler ved å innføre alternative energikilder og effektivisere energibruken. Dette vil være et kontinuerlig arbeid som er i tråd med målene satt i Parisavtalen.	3
VOICE vil implementere en ny design- og utviklingsprosess som integrerer klimakriterier og sirkulære prinsipper. Dette vil inkludere alt fra valg av materialer til produktets end-of-life strategi, og vil kreve samarbeid oppstrøms og nedstrøms i verdikjeden.	3





# Partnerskap og samarbeid

Vi anerkjenner at klimaforandringene er reelle, og at tekstilsektoren spiller en rolle i disse endringene.

Vår verdikjede, våre leverandører og VOICE som bedrift står overfor konsekvenser av klimaendringene.

For å minske utslippene må vi både redusere og effektivisere energiforbruket vårt. Derfor trenger vi forståelse av hvor utslipp oppstår, i tillegg til et aktivt samarbeid med våre interessenter fra både første, andre og tredje ledd.

Samarbeid står sentralt i arbeidet med å akselerere overgangen til et lavutslippssamfunn.

VOICE engasjerer seg aktivt i, og er medlem av, flere nettverk, organisasjoner og initiativer som fremmer felles innsats for en mer bærekraftig tekstilbransje.

## MILJØFYRTÅRN

VOICE sitt hovedkontor og lager er Miljøfyrtårnsertifisert, noe som betyr at vi har etablerte miljøstyringssystemer for å sikre kontinuerlig forbedring i vårt arbeid med å redusere miljøavtrykket og klimautslippene. Denne sertifiseringen forplikter oss til å følge bestemte prosedyrer for miljøstyring, som inkluderer mål om energieffektivitet, avfallsreduksjon og generell reduksjon av utslipp.

Som en del av dette arbeidet gjennomfører vi regelmessige vurderinger for å identifisere områder hvor vi kan forbedre vår miljøprestasjon. Dette innebærer blant annet å sette konkrete mål for reduksjon av energiforbruk og avfall, samt å implementere tiltak for å nå disse målene.

Miljøfyrtårn-rapporten hjelper oss også med å systematisere vårt miljøarbeid på en måte som er transparent og målbart, og som bidrar til kontinuerlig forbedring av våre miljømessige prestasjoner.

## STICA

VOICE ble i 2023 medlem av The Scandinavian Textiles Initiative for Climate Action (STICA). I STICA samarbeider vi med nordiske tekstilaktører for å begrense global oppvarming til 1,5 °C, i tråd med FN's Klimakonvensjon og Parisavtalen. Dette partnerskapet gjør at vi er

helt i front sammen med andre ledende nordiske tekstilaktører, i arbeidet med å begrense global oppvarming. Som en del av vårt engasjement i STICA, forplikter VOICE seg til å sette vitenskapsbaserte mål for utslippsreduksjon, å rapportere våre årlige utslipp, og å iverksette målrettede tiltak for å kutte utslipp gjennom hele vår verdikjede. Ambisjonen er klar: Vi arbeider for at den nordiske tekstilindustrien skal bidra betydelig til å redusere globale utslipp innen 2050.

## AMFORI BEPI

VOICE har vært en aktivt medlem, og brukt Amfori sine tjenester og verktøy for sosiale forhold siden 2013. I 2023 tok Amfori et stort skritt ved å lansere Business Environment Performance Initiative (BEPI), et initiativ VOICE var raskt ute med å engasjere seg i. BEPI er et program utviklet for å hjelpe bedrifter med å forstå og forbedre sin miljøpåvirkning gjennom hele forsyningskjeden. BEPI hjelper oss med å overvåke miljøprestasjoner i fabrikkene, ved bruk av egenervurderinger og eksterne tilsyn. Dette bistår VOICE med å utføre miljøvurderinger, identifisere og adressere miljørisiko, og drive forbedringer i områder som energibruk, vannforvaltning, utslippskontroll, og kjemikaliehåndtering.

Allerede i løpet av det første året samlet VOICE inn egevalueringer fra nesten alle leverandørene for å kartlegge deres miljørisiko og påvirkning. BEPI-initiativet fokuserer på å evaluere åtte nøkkelområder innen miljøytelse: Miljøstyringssystemer, energi- og klimatiltak, vann- og avløpshåndtering, luftutslipp, avfallshåndtering, kjemikaliebruk, biologisk mangfold, og forstyrrelser i lokalmiljøet (nuisances).

Videre arbeid inkluderer fabrikkinspeksjoner utført av en tredjepart i tråd med BEPI sitt rammeverk, med det endelige målet om at alle produksjonsfabrikker brukt av VOICE skal etterlever disse standardene.

BEPI-evalueringene vil hjelpe oss å identifisere forbedringspotensialer, mangler og muliggjøre proaktiv risikominimering innen miljø. Denne innsikten er uvurderlig for våre strategiske beslutninger og hjelper oss med å rette fokus mot målrettede forbedringstiltak. Amfori tilbyr opplæring i alle de vurderte miljøområdene. Når en leverandør sin BEPI-score avslører høy risiko innen et eller flere områder, krever vi at det iverksettes tiltak for forbedring. Samtidig anbefaler vi opplæringsprogrammer fra Amfori som tar opp det aktuelle temaet.

Opplæring innen klimapåvirkning og energi-reduksjon, er noe vi gjør ved hjelp av BEPI.

### TEXTILE EXCHANGE

I 2023 har andelen produkter som inneholder prefererte materialer i henhold til fiberstrategien økt fra 69 % til 81 %.

VOICE erkjenner at våre valg av fibre og materialer utgjør en betydelig kilde til utslipp. Derfor understreker vi viktigheten av fremtidsrettede fiber- og materialstrategier. Disse strategiene er avgjørende for å minske både energiforbruket og utslippene i vår produksjon, samt utslipp i bruksfasen og under resirkulering av materialer. Som et virkemiddel for å oppnå dette, er VOICE medlem av Textile Exchange, en global non-profit organisasjon som jobber for til å drive industrien mot mer bærekraftig bruk av fibre og materialer.

Textile Exchange fokuserer på å inspirere og veilede tekstilindustrien til å prioritere miljøvennlige, ansvarlige og bærekraftige alternativer i produksjonen av tekstilprodukter.

Textile Exchange har utviklet en matrise for foretrukne fibre og materialer, et verktøy som

evaluerer ulike materialer basert på faktorer som energiforbruk og utslipp, for å tilby en standardisert vurdering. Vi anvender denne matrisen som et viktig element i våre strategiske valg om fibre og materialer. Dette er i tråd med vår forpliktelse til å anskaffe mer ansvarlige, bærekraftige og sporbare materialer, i tråd med vår vår handlingsplan, og som vi utdyper under avsnittet om materialer. Vår økte andel foretrukne fibre i 2023 vitner om vår forpliktelse om reduksjon av utslippintensive materialer. Samtidig er vi klar over at grunnet mangel på gode livssyklusanalyser på tekstilmaterialer, er det ikke alltid enkelt og treffsikkert å velge noen materialer fremfor andre. Disse metodene er under utvikling, og vi holder oss oppdatert om teknologi og vitenskapsbaserte beregninger til enhver tid.





# Vann

## MINDRE VANNFORBRUK OG MER ANSVARLIG HÅNTERING AV VANN I PRODUKSJON

VOICE er avhengig av tidvis store mengder vann i produksjonsprosesser. Spesielt i våtprosesser og råvareproduksjon, kreves det mye vann. Vi er klar over at denne avhengigheten av vann ikke bare har økonomiske implikasjoner, men også miljømessige og sosiale konsekvenser. Tekstilindustrien er den nest mest vannintensive industrien i verden, og det anslås at den forbruker omtrent 79 milliarder kubikkmeter vann årlig. Alle samfunnssektorer er nødt til å redusere vannforbruket for å imøtekomme den økende vannkrisen og klimaendringene (Cotton 2040 Impact Report<sup>11</sup>).

Mye av produksjonen foregår i områder hvor vann er en stadig knappere ressurs, noe som blant annet gir utslag i reguleringer og økende kostnader for bruk av vann i produksjon. I et scenarioperspektiv er landbrukssektoren svært utsatt, og innen 2040 vil høyere globale temperaturer og vannmangel være av de mest betydningsfulle klimarisikoene for bomullsdyrkende regioner (Cotton 2040, Planning for climate adaptation<sup>12</sup>).

VOICE ønsker å redusere vannforbruket i produksjon av våre produkter og sikre ansvarlig

håndtering av vann benyttet i produksjon. For å oppnå dette på fabrikknivå kartlegger vi vannforbruket i produksjon, og sørger for at leverandører får tilstrekkelig opplæring innenfor tematikken. Dette oppnår vi blant annet gjennom vårt engasjement i Amfori Business Environment Performance Initiative (BEPI) som ble etablert i 2023. VOICE har vært med på initiativet fra starten. Resultatene fra BEPI-evalueringer brukes til å identifisere områder for forbedring og muliggjør proaktiv risikoreduksjon. Denne informasjonen benyttes også som grunnlag for strategiske beslutninger, og gir oss mulighet til å implementere målrettede tiltak. Amfori tilbyr opplæring innenfor alle områdene som måles i BEPI. Hvis en leverandør sin BEPI-score indikerer høy risiko for påvirkning innen et eller flere evaluerte områder, vil vi anbefale den fabrikken å delta i treningsprogrammer som gir veiledning og informasjon leverandørene kan benytte seg av.

VOICE samler inn stadig mer innsikt i vannforbruket og håndteringen ved våre produksjonsanlegg. Målet er å anvende innsamlede data til å fremme kontinuerlig forbedring.

VOICE sitt arbeid med fiber- og materialvalg er sentralt i veien mot å redusere vannforbruket



i produksjon. Vi anvender parametere for vannforbruk og -håndtering fra Textile Exchanges matrise for foretrukne fibre og materialer. Disse er noen av parameterne vi har identifisert, som danner grunnlaget for de strategiske beslutningene vi tar angående valg av fibre i vår produksjon.

Som tidligere nevnt, er VOICE medlemmer av Better Cotton. Gjennom Better Cotton får bomulls bønder opplæring i å bruke vann mer effektivt. I 2023 kjøpte vi 1 426 210 kilo bomull gjennom Better Cotton. Som resultat av dette har VOICE anslagsvis bidratt til å spare 941 millioner liter vann.

For å oppnå målet om redusert vannforbruk i produksjonen og ansvarlig håndtering av vann benyttet i produksjon, kreves det en rekke nødvendige ressurser og tiltak. Først og fremst er det nødvendig med full sporbarhet over våtprosesser i produksjonen for å identifisere områder der vi kan effektivisere og redusere vannforbruket. Dette krever investeringer i

teknologi og systemer som muliggjør nøyaktig overvåking av vannforbruket gjennom hele produksjonsprosessen.

VOICE sine ansatte ved hovedkontoret, som har ansvar for miljø, kvalitet og materialhåndtering, spiller en nøkkelrolle. Disse rollene/personene er ansvarlig for å utvikle og implementere strategier for å redusere vannforbruket, samt for å sikre at alle miljøhensyn blir tatt hensyn til i produksjonsprosessene.

Gjennom et nært samarbeid med våre partnere kan vi sikre en helhetlig tilnærming til vannforvaltning i hele verdikjeden. Mye kan gjøres ved å forbedre verktøy og praksis i produksjon. For eksempel bruker moderne fargerier opptil 100 liter vann per kilo farget bomull, mens eldre maskiner kan bruke opptil 40 ganger mer vann. Disse ressursene og investeringene vil være avgjørende for å oppnå vårt mål om redusert vannforbruk og bærekraftig vannforvaltning.

<sup>11</sup> Cotton 2040 Impact Report (2023)

<sup>12</sup> Cotton 2040, Planning for climate adaptation (2021)

# Sirkulære løsninger



Økt sirkularitet pekes ofte på som et viktig bidrag for å redusere den globale miljøpåvirkningen fra tekstilbransjen. EU har til og med lansert en egen strategi for bærekraftige og sirkulære tekstiler, og vil som del av denne iverksette tiltak på flere områder som skal bidra til økt sirkularitet i tekstilbransjen i Europa, inkludert Norge<sup>13</sup>.

Et sentralt område i tekstilstrategien er å 'gjøre fast fashion out of fashion'. I sin strategi oppfordrer EU blant annet tekstilaktører til å redusere antallet kolleksjoner per år, internalisere sirkulære prinsipper og jobbe for å redusere utslipp og -miljøavtrykket i sine produkter. Et videre mål er å øke ombruk og reparasjon av klær, samt å påvirke klesmarkedet i stort til å sette kvalitet, varighet, og lenger brukstid i sentrum fremfor å levere billige produkter som samsvarer med raskt skiftende motetrender.

Tidligere i denne rapporten har vi blant annet beskrevet hvordan VOICE jobber med å redusere utslipp og miljøavtrykket fra vår virksomhet og produkter, samt hvordan kvalitet, varighet og levetid står sentralt under utviklingen av produkter vi lager. I dette avsnittet kan du lese mer om våre perspektiver på sirkularitet, og hvordan vi jobber for å realisere ambisjonene om en mer sirkulær tekstilbransje i egen virksomhet.

<sup>13</sup> EU Strategy for Sustainable and Circular Textiles (2022)

## Hva er sirkularitet?

Sirkularitet kan være vanskelig å få grep om. I kort innebærer sirkularitet at produkter og materialer holdes i bruk så lenge som mulig. I praksis innebærer dette å sikre lang levetid på et produkt – både gjennom at det har høy kvalitet og funksjonell og estetisk verdi i sin opprinnelige form – og at det kan selges videre, repareres eller redesignes når brukeren ikke lenger har behov for produktet. Det betyr også at materialet som er benyttet i et produkt må kunne resirkuleres eller nedsirkuleres til nye materialer når produktet ikke lenger kan brukes som det er. Sterke merkevarer er også avgjørende for å sikre lang levetid gjennom

å styrke den opplevde verdien av det enkelte klesplagg både for den opprinnelige kjøperen, og eventuelle fremtidige kjøpere i et ombruksmarked.

Sirkularitet bidrar til å redusere behovet for nye produkter og materialer, som igjen bidrar til å redusere miljøavtrykket som produksjon av nye produkter og materialer medfører. Både Norge<sup>14</sup> og EU<sup>15</sup> har etablert strategier og planer for å skape en mer sirkulær økonomi, som et viktig bidrag i omstillingen til et lavutslippssamfunn og for å realisere målene i Parisavtalen<sup>16</sup>.



<sup>14</sup> regjeringen.no/no/dokumenter/nasjonal-strategi-for-ein-gron-sirkular-okonomi/id2861253/

<sup>15</sup> environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan\_en

<sup>16</sup> unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement

## Sirkulæritet i VOICE

En mer sirkulær tekstilbransje vil kreve vesentlig omstilling i hele bransjen og verdikjeden for tekstiler. EUs tekstilstrategi forsøker å påvirke dette, og VOICE er positive til at det kommer tydeligere reguleringer for bransjen som helhet. Samtidig er det fortsatt uklart hvordan de fleste av disse reguleringen vil se ut og fungere i praksis.

Vi følger også med på utviklingen av tjenester og tilbydere av klær med utgangspunkt i sirkulære forretningsmodeller, som for eksempel utleie og bruksalg. Ved inngangen til 2024 er dette i stor grad fortsatt nisjetilbud med utfordringer knyttet til skalering og inntjening. Det betyr ikke at VOICE ikke vil vurdere å teste utleie, bruksalg eller andre sirkulære forretningsmodeller i fremtiden, men at vi per dags dato er usikre på hvilke konsepter som kan fungere i vår organisasjon.

Vårt viktigste bidrag til en mer sirkulær klesbransje per nå er derfor å sikre at produktene vi produserer i dag i størst mulig grad støtter opp om sirkulære prinsipper som reparasjon, ombruk og resirkulering.

Det innebærer å lage produkter som har lang funksjonell og estetisk levetid, er lette å ta vare på og reparere, og som kan resirkuleres når de blir ødelagt og ikke kan repareres. Kvalitet og varighet

har stått sentralt i utviklingen av våre merkevarer i en årrekke. Samtidig jobber vi også i tråd med EUs oppfordring om få kolleksjoner i løpet av et år – nærmere bestemt fire hovedkolleksjoner, som samsvarer med de fire årstidene vi har i Norge. I 2024 vil vi jobbe videre med å utforske hvordan andre sirkulære designprinsipper kan innlemmes som en tydelig del av design- og produktutviklingsprosessen.

Reparasjon er også et fokusområde i arbeidet med sirkularitet. Våre kjeder har i mange år samarbeidet med lokale skreddere, som har beliggenhet nær våre butikker. I butikk oppfordrer vi ofte kundene våre til å reparere klærne ved reklamasjoner knyttet til kvalitetssvikt eller tilpasningsbehov, fremfor å få plaggene erstattet med noe nytt. Vi jobber med å redusere antall nye plagg som erstatter reklamasjoner. I 2024 vil vi oppdatere og videreutvikle våre reklamasjonsrutiner.<sup>17</sup> Sammen med Sisters in Business, satte vi i 2023 i gang et forsøk på å reparere et vareparti med shorts som dessverre hadde en produksjonsfeil i samarbeid. Disse shortsene vil komme i butikk i løpet av 2024, og vi vil fortelle historien om resultatet av dette prosjektet i neste års bærekraftsrapport.

Vi er veldig positive til fibergjenvinning fra brukte tekstiler. I dag blir mindre enn 1 % av tekstiler resirkulert til nye tekstilfibre. For å forbedre denne situasjonen er det nødvendig å etablere en mer effektiv og skalerbar verdikjede for resirkulering av gamle tekstiler enn det som finnes i dag. Et vesentlig bidrag i denne forbedringen er å skape og opprettholde etterspørsel etter resirkulerte tekstilfibre. VOICE sin fiberstrategi inneholder et mål om å benytte 50 % resirkulerte fibre i våre produkter innen utgangen av 2030. I 2023 var 12,5 % av fibrene brukt i vår produksjon resirkulerte. I dagens marked stammer mye av de resirkulerte fibrene fra såkalt 'pre-consumer' fibre. Graden av fibre resirkulert fra brukte tekstiler er foreløpig lav.

Som beskrevet tidligere i denne rapporten er VOICE sin bærekraftsstrategi utformet med en tanke om at vi jobber oss 'fra venstre mot høyre' etter hvert som modenheten til de ulike strategiområdene øker. Dette innebærer at vi fortsatt har mye arbeid knyttet til sirkulære løsninger foran oss. I løpet av strategiperioden vil det utformes en handlingsplan for sirkulære løsninger i VOICE som vil peke på strategiske satsingsområder for å i større grad innlemme sirkulære designprinsipper og forretningsmodeller i VOICE.



<sup>17</sup> Sisters in Business (SiB) er en gründerbedrift som skaper arbeidsplasser for kvinner med innvandrerbakgrunn gjennom lokal tekstilproduksjon.



# Organisatoriske målområder

## Kompetansebygging

Høsten 2023 etablerte VOICE Green Power initiativet. Initiativet ledes av ledergruppen og 23 utvalgte bærekraftsambassadører fra hele selskapet. Ambassadørene består av utvalgte ansatte fra Sagene og butikksjefer fra Match, VIC og Boys of Europe. Green Power er et initiativ igangsatt av VOICE som tar sikte på å fremme kunnskaps- og erfaringsdeling blant de ansatte. Målet er ikke bare å øke engasjementet for våre bærekraftstiltak, men også å initiere prosjekter som styrker bærekraft i hele organisasjonen. I 2023 fokuserte prosjektene på fokuserte på temaer innen produktutvikling, engasjement og markedsføring.

Målet med prosjektene er primært å oppnå bedre kontroll over risikoen for negativ påvirkning, og å fremme positiv utvikling gjennom målrettede sosiale og miljømessige tiltak.

For at VOICE skal oppnå vår ambisjon om å bidra til en mer bærekraftig verden, er det avgjørende at vi integrerer bærekraft i utførelsen av våre kjerneoppgaver. For å oppnå dette må vi engasjere oss i strukturert arbeid med organisasjonskultur og prosesser, kommunikasjon, kompetanseutvikling, og strategiske partnerskap. Dette er nødvendig for at hele organisasjonen skal forstå både hva og hvordan de skal gjøre det. Mål og tiltak som skal bidra til dette er definert under våre organisatoriske målområder i bærekraftsstrategien.

I dette avsnittet kan du lese om de vesentlige temaene fra vesentlighetsanalysen som også inngår i VOICE sin bærekraftstrategi.



## Markedsføring

Markedsføring er et viktig virkemiddel for å skape gode økonomiske resultater for VOICE som virksomhet. Samtidig er markedsføring med utgangspunkt i påstander om bærekraft og ansvarlighet svært omdiskutert. Grønnvasking har blitt et godt kjent begrep, og innebærer at produkter eller tjenester presenteres som mer miljøvennlige enn de er for å fremme salg.

I VOICE tar vi markedsføring på alvor. Vi har valgt en forsiktig tilnærming når vi snakker om våre tiltak innen bærekraft, både når det gjelder våre produkter og kundeopplevelsen i butikkene våre. Dette har dog sine utfordringer, ettersom det begrenser vår evne til å vise frem arbeidet vårt, og tiltakene vi setter i gang. Derfor er det et mål for oss å forbedre og forsterke markedsføringen, slik at vi kan dele mer om vårt bærekraftsarbeid på en måte som er ærlig og nyttig for kundene.

### PRODUKTMERKING

En av våre viktigste kanaler for å informere om hvordan vi jobber for å utvikle mer ansvarlige produkter er gjennom produktmerking – både i våre fysiske butikker og netthandel. Samtidig anerkjenner vi at per i dag er ingen av våre produkter 'bærekraftige'. Alle våre plagg påvirker miljøet gjennom produksjon.

Men det finnes ulike grader av miljøpåvirkning gjennom produksjon. Derfor har vi valgt å merke produkter hvor vi har tatt fiber- og materialvalg i henhold til vår fiberstrategi som skal bidra til mer ansvarlige forhold i produksjon.

Produkter merkes i disse tilfellene med den aktuelle sertifiseringen eller ordningen som den er en del av – og i henhold til Forbrukertilsynets veiledning om bruk av bærekraftspåstander i markedsføring. I praksis betyr dette at vi ikke

bruker påstander som 'grønn', 'bærekraftig' eller 'miljøvennlig' i vår produktmerking eller markedsføring, men er tydelige på hva sertifiseringen eller ordningen som produktet er merket med betyr, og hva denne bidrar til og hvordan.

Vi har vært varsomme med sertifiseringsmerking av våre produkter. Hovedsakelig har vi brukt merking der produkter er laget i helhet av den sertifiseringen eller ordningen som fremheves.

Sertifiseringer og ordninger som ble benyttet i produktmerking i 2023 var Responsible Down Standard (RDS), Responsible Wool Standard (RWS), Better Cotton og Lenzings merkevarer Tencel Lyocell og Lenzing EcoVero.

Det er et ønske om å skape større synlighet rundt hvilke fiber- og materialvalg vi tar i VOICE for å realisere vår fiberstrategi. Rutinene for produktmerking vil derfor revideres i 2024 for å legge til rette for dette i henhold til beste praksis for markedsføring av bærekraftspåstander.

#### PERSONLIG SERVICE I BUTIKK

Det å møte kundene våre med personlig service og et høyt kunnskapsnivå ute i alle våre butikker er også en viktig markedsføringskanal. Det å hjelpe kundene å gjøre gode valg med utgangs-

punkt i sine preferanser er også sentralt i et bærekraftsperspektiv. Få ting er mindre bærekraftig enn feilkjøp som medfører at klesplagget blir liggende i skapet, eller verre, kastes mens det ennå kunne vært brukt.

Et mål på om vi lykkes med dette er kundenes tilfredshet med servicen i våre butikker. VOICE har i 2023 tatt i bruk verktøyet Maze for å samle tilbakemeldinger om hvordan kundene opplever servicenivået i våre butikker.

Resultatene fra Maze er en indikator på at vi i stor grad lykkes med å ha et svært høyt servicenivå i butikkene våre. I tillegg opplever kundene at våre medarbeidere ute i butikkene har et høyt kunnskapsnivå om produktene vi selger, og bruker dette til å hjelpe kundene med å ta gode valg.

Samtidig er det et mål å styrke kunnskapen om de sertifiseringene og ordningene vi benytter i VOICE ytterligere blant våre butikkmedarbeidere. Det er allerede utviklet egne opplæringsmoduler i VOICE sitt interne opplæringsystem om ansvarlig bomull og ansvarlig ull, og i 2024 er målet å etablere nye moduler for flere materialkategorier.

#### KAMPANJE OG SALGSSTRATEGI

Både undersøkelser og erfaring viser at pris er den mest avgjørende faktoren i forbrukernes beslutning om å kjøpe klær. For VOICE er det viktig å tilby god verdi for pengene uten å gå på bekostning av høy kvalitet, lang holdbarhet og lav miljøpåvirkning.

Dette innebærer at våre kjedekonsepser gjennomfører priskampanjer og salgsperioder i tråd med det som er vanlig i bransjen. Slike kampanje- og salgsperioder er viktige for VOICE sine økonomiske resultater, og bidrar samtidig til at det er mulig for kundene å gjøre et særlig godt kjøp i disse periodene. Vi ser også at salgsperiodene gjør det mulig for nye målgrupper å handle varer i våre butikker, som ellers opplever at prisnivået er for høyt.

VOICE har likevel et mål om å redusere det totale rabatteringsnivået i kjedekonseptene. Å utvikle sterke merkevarer med kvalitetsklær som kundene lett blir glade i, og som kan brukes over tid er sentralt. Vi tror at dersom vi hever kvaliteten og tilbyr bedre base- og trendprodukter, samt gir emosjonell verdi til klærne vi selger, vil dette i seg selv bidra til et ønske om å

bruke plaggene lenger, og ta bedre vare på disse over tid. På den måten kan vi bidra til et mer bærekraftig forbruksmønster, der kunden heller bruker litt mer penger på et virkelig godt produkt i stedet for å kjøpe flere rabatterte produkter.

Kampanjer vil fortsatt være et viktig markedsføringsgrep i VOICE-kjedene i årene som kommer. Samtidig vil kjedenes kampanje- og salgsstrategi være gjenstand for justeringer i 2024 og de kommende årene, i lys av nye kundeforventninger, VOICE sitt arbeid med sirkulære løsninger, samt nye krav og regelverk knyttet til markedsføring, som for eksempel moderniseringsdirektivet som tredde i kraft i 2023.

## Produktdesign

Produktdesign står i dag overfor en rekke utfordringer og muligheter, spesielt når det kommer til balansen mellom kvalitet, pris og bærekraft. En tilnærming som har vist seg å være både effektiv og fremtidsrettet for VOICE, er fokuset på høy kvalitet og gode materialvalg til en mellompris. VOICE sin fiberstrategi fungerer som en rettesnor for alle som jobber med design og utvikling, der vekt på holdbarhet, kvalitet og godt håndverk står sentralt.

### MATERIALVALG

Veien videre for produktdesign ligger i å definere klare designprinsipper med et sterkere fokus på holdbarhet. Dette innebærer en bevisst tilnærming til valg av materialer, utover fibre.

Vi benytter ofte resirkulerte og andre foretrukne materialer. Dette er ikke et tilfeldig valg. En slik strategi gjør det mulig å oppnå våre bærekraftsmål, gjennom bruk av renere kvaliteter som vi også erfarer våre kunder verdsetter.

Interessant nok er det stor forskjell på tilnærmingen til produktdesign mellom dame- og herreklær. Dameklær tenderer til å ha flere komposisjoner og materialmikser, noe som krever en annen tilnærming enn det herreklær gjør. Utgangspunktet for designprosessen er alltid å tenke på hvordan produktet kan få den beste mulige kvaliteten før vi vurderer prisen. Dette krever et tett

samarbeid med leverandørene for å sikre at alle involverte parter er enige og følger fiberstrategien, samt våre mål om høy kvalitet og god holdbarhet.

Vår erfaring viser at dette enklest lar seg gjennomføre ved utvikling av herreklær. Her viser det seg at arbeid med monomaterialer ikke bare er mulig, men også ønskelig av denne målgruppen.

Når det kommer til prissetting, er det en erkjennelse at kvalitet koster. Det er en forståelse blant detaljhandlere at prisen noen ganger må økes for å tillate bruk av monomaterialer, som er blant annet enklere å resirkulere til nye materialer senere. Dette skaper et kommersielt produkt som kundene verdsetter, tross en noe høyere pris.

### BRUK AV KJEMIKALIER

Kjemikalietesting er et annet viktig aspekt av produktdesignprosessen, hvor det legges vekt på å identifisere hva som bør testes utover minstekravene. Vi ønsker å sikre at produkter ikke bare er holdbare i materialvalg, men også trygge for forbrukeren.

### VEDLIKEHOLD AV PRODUKTENE

Holdbarhet handler ikke kun om de materialene som velges, men også om kundenes bruk og vedlikehold av produktene. Butikkansatte spiller en viktig rolle i å utdanne kundene om hvordan de best mulig kan ta vare på plaggene sine,

noe som forlenger levetiden til produktene.

### PROSESSARBEID

Ved å gjennomføre butikkundersøkelser blant butikkansatte, får VOICE innsikt i den reelle effekten av disse tiltakene. Tilbakemeldingene fra butikkene er viktige for videre produktdesign, og noe vi bruker til å justere prosesser og praksiser. Målet er å skape en enkel prosess med klare krav som gjør det lett å ta gode valg, både for designere og kunder. Ved å teste kvalitetene grundig og finne synergier mellom merkevarer, kan vi utvikle produkter som ikke bare møter, men overgår forventningene til kvalitet, holdbarhet og bærekraft.

VOICE har utarbeidet en produktmanual som er tilgjengelig for alle ansatte via Simployer. Manualen har til hensikt å være et arbeidsverktøy, styringsdokument og oppslagsverk for alle som jobber med produkt og innkjøp i VOICE. Bærekraftavdelingen har hovedansvar for oppdatering av manualen og er administrator for manualens innhold, i tett samarbeid med produkt-avdelingen. Manualen er et 'levende' dokument som oppdateres løpende, der en felles e-post utstedes til alle ansatte for å sikre at informasjonen distribueres.

## Åpenhet og kommunikasjon

Det å være åpen om vårt bærekraftsarbeid, og utfordringene vi opplever i arbeidet, står sentralt i vår bærekraftstrategi. Åpenhet er viktig både for å gjøre VOICE tilgjengelig for innspill til forbedringer av vårt bærekraftsarbeid, og for å skape engasjement og positivitet rundt arbeidet. Mange av bærekraftsutfordringene som er beskrevet tidligere i denne rapporten kan være tidkrevende å jobbe med, og faglig utfordrende å finne gode løsninger på. En åpen og ærlig kommunikasjon rundt dilemmaene vi står i, hvilke løsninger vi tror på, og hvorfor vi har igangsatt de ulike tiltakene, er avgjørende for å skape tillit til bærekraftstrategien vår, både internt og i møte med eksterne interessenter.

Et sentralt punkt i vår strategi for bærekraftskommunikasjon er at vi skal være svært nøye med å ikke bidra til grønnvasking. Du kan lese mer om dette under avsnittet om markedsføring. Samtidig er det viktig for oss å synliggjøre det vi gjør for at VOICE skal bli en mer bærekraftig virksomhet, og våre bidrag til en mer bærekraftig verdikjede for klær generelt. Denne rapporten er en viktig del av vårt arbeid med å være åpne og ærlige om utfordringer, muligheter, mål og tiltak i vårt bærekraftsarbeid. I avsnittene under kan du lese mer om flere av våre kommunikasjonstiltak på bærekraftsområdet.



## Intern bærekraftskommunikasjon

I arbeidet med bærekraft er det avgjørende at alle ansatte i VOICE kjenner til vår bærekraftsstrategi, og til policyer som legger føringer for hvilke valg de ansatte skal ta for å støtte opp under selskapets arbeid med bærekraft. Både bærekraftsstrategien og alle VOICE policyer på bærekraftsområdet er samlet som et eget kapittel i virksomhetens HMS-håndbok. HMS-håndboken er tilgjengelig for alle ansatte uavhengig av stillingsprosent, og skal fungere som det oppdaterte dokumentarkivet for gjeldende regler, tiltak og strategier for å sikre god HMS og ansvarlig virksomhetsdrift.

Likevel er HMS-håndboken et relativt statisk referansedokument som i liten grad engasjerer. Den viktigste internkommunikasjonen om bærekraftsarbeidet i VOICE skjer derfor gjennom vår interne opplærings- og meldingsplattform, Motimate. I Motimate er det utviklet flere bærekraftsspesifikke kurs – blant annet om åpenhetsloven og vårt arbeid med fiberstrategien. I tillegg er det etablert en egen kanal for informasjonsdeling om bærekraft, som alle ansatte som ønsker kan bli en del av.

Ved utgangen av 2023 hadde kanalen 148 medlemmer med et særlig engasjement for bærekraftsarbeidet. Samtidig publiseres det

jevnlige informasjon i felleskanalen for alle ansatte om utvalgte tiltak, hendelser og tema på bærekraftsområdet. Administrerende direktør har også en egen fredagsmelding til alle ansatte, hvor bærekraft er et regelmessig tema.

Bærekraft har også vært et viktig tema på interne kurs og samlinger. Blant annet ble VOICE sin klimastrategi og mål for utslippsreduksjon lansert på et fellesseminar for alle butikkledere og sentralt ansatte i VOICE i mai 2023. Ulike bærekraftstema har også vært gjennomgått og diskutert på fellesmøter for ansatte på hovedkontoret, i forbindelse med strategisamlinger for alle sentralt ansatte med et lederansvar, og samling for alle butikkledere i VIC. I 2022 var bærekraft også tema på samlinger for alle butikkledere i Match og Boys of Europe.

I 2023 ble også seminarserien 'VOICE på sikt' lansert. 'VOICE på sikt' er en serie med korte seminarer som skal gi inspirerende påfyll og engasjerende læring knyttet til sentrale temaer i bærekraftsarbeidet vårt. I 2023 ble det arrangert et event med temaet 'Future Generations Fashion,' ledet av en ekstern foredragsholder.



## Offentlig bærekraftskommunikasjon

Vår viktigste kommunikasjonskanal om bærekraftsarbeidet i VOICE er våre hjemmesider. På [voice.no/om-oss/samfunnsansvar/](https://voice.no/om-oss/samfunnsansvar/) finnes informasjon om bærekraftsarbeidet vårt. På nettsidene kan man blant annet finne vår redegjørelse for aktsomhetsvurderinger, sentrale retningslinjer som spesifiserer våre krav til leverandører, og lister over fabrikker som benyttes i produksjonen av VOICE sine merkevarer og produkter. Det er også etablert en egen e-postadresse for å ta imot henvendelser og spørsmål knyttet til bærekraft i VOICE – [barekraft@voice.no](mailto:barekraft@voice.no). Kundeservice i de ulike kjedene er opplært i å besvare kundespørsmål knyttet til bærekraft og ansvarlighet, og videreformidler eventuelle spørsmål til bærekraftsteamet.

VOICE har et mål om å spille en aktiv rolle i den offentlige samtale om hvordan en mer bærekraftig klesbransje ser ut i fremtiden. Måten vi kommuniserer på er viktig. Vi mener det er avgjørende at bransjeaktører bidrar med sin erfaring og kunnskap om leverandørkjeden og markedet, slik at utformingen av relevant regulering faktisk oppnår ønsket effekt i et bærekraftsperspektiv. Vi er positive til at

tekstilbransjen reguleres for å takle miljøutfordringene verden står over. Vår administrerende direktør har offentlig uttalt at vi ønsker en miljøavgift for klær i Norge. Samtidig er vi tydelige på at reguleringer og eventuelt avgift må gjelde for alle som selger tekstiler i Norge, ikke kun norske selskaper. En forholdsvis stor andel av klærne som selges til norske kunder kommer fra internasjonale netthandelsaktører. Klær som selges gjennom slike aktører dukker sjeldent opp i relevant statistikk, og er sjeldent omfattet av samme avgiftsbelastning eller regulering som norske retailaktører. Dette skaper et urettferdig konkurransegrunnlag, hvor utenlandske aktører oppnår fordeler som underminerer norsk detaljhandel, og vår innsats for mer bærekraftig drift.

Som et bidrag i den offentlige samtalen har VOICE prioritert å delta i relevante debatter og medvirkningsprosesser. I både 2022 og 2023 har administrerende direktør og leder for bærekraft deltatt i panelsamtaler under Arendalsuka om klær, varehandel og bærekraft. I løpet av 2023 har leder for bærekraft også deltatt i podcasten *Fremtidens Næringsliv – 'Hvordan få til økt sirkularitet innen tekstil og møbler?'*<sup>18</sup>, panel-

samtale om bærekraftige klær på Fæbrikstad<sup>19</sup>, og holdt innlegg under stortingsseminaret 'Norsk tekstilnæring i fremtiden'<sup>20</sup> for norske stortingspolitikere.

VOICE deltar også aktivt i ulike prosesser som utformer relevant politikk og reguleringer for en mer bærekraftig klesbransje. VOICE er medlemmer av Hovedorganisasjonen VIRKE, som fungerer som et bindeledd mellom arbeidsgiverne og myndighetene. Grønn omstilling er i dag en av hovedsakene for Virke. VOICE sin administrerende direktør, Johnny Ottesen, ledet i perioden 2021 til 2023 Virkerådet, som er et rådgivende organ for Virkes sentralstyre i viktige prinsipielle og strategiske spørsmål. I 2023 ble han valgt inn i Virkes hovedstyre. Leder for Bærekraft, Jan Thomas Hagen, har også deltatt i arbeidet med å etablere et Veikart for sirkulære og mer bærekraftige tekstiler i regi av Virke. Veikartet vil bli publisert høsten 2024 og vil oppsummere utfordringer og peke på muligheter i omstillingen til mer sirkulære og bærekraftige tekstiler slik bransjeaktørene ser det. Gjennom Virke har VOICE også bidratt med innspill til utformingen av en produsent-

ansvarsordning for tekstiler som er forventet innført i 2025<sup>21</sup>.

I møte med offentlige tilsynsmyndigheter har VOICE valgt å ha en aktiv dialog. Det innebærer at vi i møte med relevante problemstillinger stiller spørsmål til relevant offentlig myndighet for å få innspill til arbeidet vårt, før vi fatter en beslutning om hva vi gjør. For eksempel har vi hatt en løpende dialog med Forbrukertilsynet om utfordringer og muligheter knyttet til hvordan vi har valgt å merke produktene våre med relevante sertifiseringer og ordninger.

VOICE streber etter å være en åpen og tilgjengelig virksomhet i møte med alle interessenter. De siste par årene har vi hatt egne møter med både miljøorganisasjoner, stortingsrepresentanter og forskningsmiljøer, for å åpent diskutere utfordringer og løsninger knyttet til bærekraftig klesproduksjon. Vi vil fortsette å jobbe for ha en aktiv rolle i den offentlige samtalen om bærekraftige klær gjennom å være åpne om hvordan vi jobber i VOICE, også i 2024.

<sup>18</sup> <https://fremtidensnaringsliv.no/podcast/fra-kast-og-bruk-til-reparasjon-og-gjenbruk-veien-mot-fremtidens-tekstil-og-mobelindustri/>

<sup>19</sup> <https://faebrik.no/pages/faebrikstad>

<sup>20</sup> <https://www.nfta.no/aktuelt/politisk-kompetanseloft>

<sup>21</sup> <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/produsentansvar-for-tekstiler/id2999442/>



# Bærekraftsmål med særlig relevans for VOICE

FNs bærekraftsmål er verdens felles handlingsplan for bærekraftig utvikling. VOICE sitt engasjement for FNs bærekraftsmål er dypt integrert i vår bærekraftsstrategi, som er organisert rundt tre hovedpilarer; ansvarlig produksjon og merkevarebygging, redusert klima- og miljøpåvirkning, og sirkulære løsninger.



## ANSVARLIG PRODUKSJON OG MERKEVAREBYGGING

Tilknyttet til FNs bærekraftsmål 6, fokuserer vi på sporbarhet og vannforvaltning, og arbeider for at våre produkter skal produseres med redusert vannforbruk. Mer informasjon om hvordan vi integrerer disse prinsippene i vårt arbeid kan du lese under avsnittet om vann.

FNs bærekraftsmål 8 reflekteres i vår innsats for anstendige arbeidsforhold og rettferdig lønn. Vi utdyper hvordan vi jobber med sosiale forhold med sosiale forhold i egen organisasjon, og i vår verdikjede i avsnittene som omhandler om VOICE som arbeidsgiver, sosiale forhold og arbeidsforhold.

FNs bærekraftsmål 12 kobles til våre retningslinjer for ansvarlige innkjøpspraksis og håndtering av kjemikalier, samt ved å fokusere på foretrukede fibre og materialer, emballasje og merkingen av våre produkter, samt vårt arbeid innen avfallshåndtering.

## REDUSERT KLIMA- OG MILJØPÅVIRKNING

For å støtte FNs bærekraftsmål 13 arbeider vi med målrettet reduksjon av utslipp gjennom scope 1 og 2, og tar ansvar for indirekte utslipp oppstrøms og nedstrøms. Dette utdyper vi under

miljøavsnittet. Utslippsreducerende tiltak og vanntiltak reflekterer også vårt arbeid knyttet til FNs bærekraftsmål 6 og 13, hvor vi forplikter oss aktivt til å redusere vårt klimaavtrykk og VOICE sin påvirkning på miljøet, herunder klima og natur.

## SIRKULÆRE LØSNINGER

For å imøtekomme målene i FNs bærekraftsmål 12 og 15, utforsker vi kontinuerlig hvordan vi kan integrere prinsipper for sirkulær økonomi i vårt produktdesign og forretningsstrategi. Blant våre bærekraftsinitiativer, er det på dette feltet vi ser det største potensialet for innovasjon og videreutvikling.

I denne rapporten gir VOICE en detaljert gjennomgang av vår strategiske og proaktive tilnærming til nøkkelområder som kommunikasjon og rapportering, kompetanseutvikling, kulturell integrasjon, prosessoptimalisering og utvikling av strategiske partnerskap. Disse elementene er essensielle for realiseringen av de ambisiøse målene vi har satt. Vårt arbeid på tvers av organisasjonen sikrer at våre bærekraftsambisjoner transformeres fra visjoner til virkelighet, manifestert gjennom målrettede initiativer og kvantifiserbare fremskritt.



## Tidslinje bransjesamarbeid

Bransjesamarbeid representerer et strategisk valg av utvalgte allianser VOICE velger å være en del av innen tekstilindustrien, for å forfølge felles mål og takle felles utfordringer.

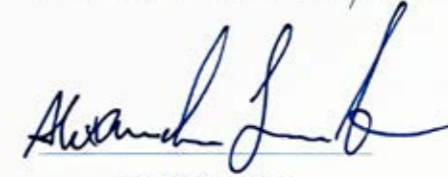
Gjennom å kombinere ressurser, kunnskap og kompetanse, kan samarbeid drive innovasjon, forbedre effektivitet og styrke fremtidige praksiser. Det er en erkjennelse av at selv om konkurranse er en viktig driver for vekst og fremgang, kan samarbeid føre til transformativ endringer som ikke bare gagnar den enkelte virksomheten, men også industrien som helhet og samfunnet i stor grad. Samarbeid VOICE har inngått over tid inkluderer alt fra initiativer, forskning og utvikling, deling av beste praksiser, til utvikling av felles standarder som løfter hele bransjen. Ved å jobbe sammen, kan vi mer effektivt nærme oss løsninger på globale utfordringer som klimaendringer, sosiale problemer og digital transformasjon, og skape en bedre fremtid for alle.

## Medlemskap og samarbeid





## VOICE sitt styre



**ALEXANDER SUNDE**  
Styrets leder



**PÅL HELDRUP RASMUSSEN**  
Styremedlem



**JAN HENNING KJØRLIEN**  
Styremedlem



**JENS-HERMANN JENSSEN**  
Styremedlem



**ANDREAS RINGEN**  
Styremedlem



**ROBERT WORPVIK**  
Styremedlem



**JOHNNY OTTESSEN**  
Adm. dir.



# Retningslinjer og andre relevante styringsdokumenter

VOICE ønsker å bidra til åpenhet i tekstilbransjen. Vi har derfor siden 2017 offentligjort listen over fabrikker som produserer klær for VOICE. Listen oppdateres hvert år, og inneholder navn og adresse til fabrikkene som brukes av våre leverandører til å produsere våre varer.

- [FABRIKKLISTE VOICE NORGE AS 2023](#)
- [POLICY FOR BÆREKRAFTIG FORRETNINGSPRAKSIS](#)
- [POLICY FOR MIGRANTARBEID](#)
- [POLICY FOR HJEMMEARBEID](#)
- [RESTRIKSJONSLISTE FOR KJEMIKALIER](#)

## Rapporteringsdetaljer og metodologi

Denne bærekraftsrapporten dekker perioden 1. januar til 31. desember 2023 og er utarbeidet i samsvar med metodikken til Global Reporting Initiative (GRI). Det finnes foreløpig ingen sektor spesifikk standard for tekstiler og klær.

Rapporten gjelder for Voice AS, herunder våre tre kjedekonsepter VIC, MATCH og Boys of Europe; samt våre 13 merkevarer presentert på side 22 og 23.

Vi streber etter å sikre at vår rapportering er transparent og pålitelig, og at den reflekterer vårt engasjement for bærekraftig utvikling.

Denne rapporten er utarbeidet av VOICE med bistand fra Sopra Steria Footprint, og har ikke gjennomgått eksternt attestering. Vi anerkjenner at en slik attestering vil bidra til økt transparens og pålitelighet, og er noe vi søker å gjøre i fremtiden.

Vi setter pris på tilbakemeldinger fra våre interessenter, og oppfordrer til kommentarer og innspill som kan hjelpe oss med å forbedre vår fremtidige rapportering.







Design og layout  
EGGS - Part of Sopra Steria

Foto  
KG STUDIO  
Joe Urrutia Panizzo  
Janne Rugland  
Pål Laukli  
Martine Breen  
Arne Bakk  
Tonje Berg Krosby

# VOICE

PONTOPPIDANS GATE 7, 0462 OSLO  
SENTRALBORD: 22 54 55 00

HAR DU SPØRSMÅL ELLER INNSPILL, TA GJERNE KONTAKT PÅ [BAREKRAFT@VOICE.NO](mailto:BAREKRAFT@VOICE.NO)

We are the VOICE, not the echo

[VOICE.NO](http://VOICE.NO)



# Vedlegg

## Innhold

Ansatte .....	207
Kurs og opplæring .....	216
GRI Index .....	220







## Totalt antall ansatte i VOICE

I 2023 VAR VI 1 592 ANSATTE I VOICE

Alder	Hovedkontoret Sagene			Butikker Match			Butikker VIC		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	17	4	0	396	57	0	142	18	0
30-40	49	12	0	104	11	0	50	1	0
41-50	31	13	0	84	5	0	27	0	0
51-60	13	9	0	86	1	0	17	3	0
60 <	3	2	0	43	2	0	11	0	0
<b>Total</b>	<b>113</b>	<b>40</b>	<b>0</b>	<b>713</b>	<b>76</b>	<b>0</b>	<b>247</b>	<b>22</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>74 %</b>	<b>26 %</b>	<b>0 %</b>	<b>90 %</b>	<b>10 %</b>	<b>0 %</b>	<b>92 %</b>	<b>8 %</b>	<b>0 %</b>

Alder	Butikker Boys of Europe			Lageret Tuen			Totalt antall	Prosentvis antall
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre		
> 30	172	86	0	2	3	0	<b>897</b>	56 %
30-40	52	9	0	10	3	0	<b>301</b>	19 %
41-50	20	4	0	1	2	0	<b>187</b>	12 %
51-60	6	0	0	1	3	0	<b>139</b>	9 %
60 <	1	1	0	1	4	0	<b>68</b>	4 %
<b>Total</b>	<b>251</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>1592*</b>	
<b>Prosent</b>	<b>72 %</b>	<b>28 %</b>	<b>0 %</b>	<b>50 %</b>	<b>50 %</b>	<b>0 %</b>		

\*Totalt antall ansatte, ekskludert styremedlemmer, men inkludert daglig leder.



## Toppledere

### LEDERGRUPPEN

Hovedkontoret Sagene			
Alder	Kvinner	Menn	Andre
> 30			
30-40	1	2	
41-50	1	2	
51-60		1	
60 <			
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>29 %</b>	<b>71 %</b>	<b>0 %</b>

### STYRET

Hovedkontoret Sagene			
Alder	Kvinner	Menn	Andre
> 30			
30-40		1	
41-50		4	
51-60		1	
60 <		1	
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>0 %</b>	<b>100 %</b>	<b>0 %</b>

Daglig leder er også medlem i Styret.  
Totalt er det syv medlemmer i Styret.

## Ledere

Alder	Hovedkontoret Sagene			Butikker Match			Butikker VIC		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	2			11	3		4		
30-40	14	4		28	2		16		
41-50	11	8		20	3		9		
51-60	1	4		20	1		6	1	
60 <	1	1		3	1		2		
<b>Total</b>	<b>29</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>82</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>37</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>63 %</b>	<b>37 %</b>	<b>0 %</b>	<b>89 %</b>	<b>11 %</b>	<b>0 %</b>	<b>97 %</b>	<b>3 %</b>	<b>0 %</b>

Alder	Butikker Boys of Europe			Lageret Tuen		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	9	3				
30-40	25	4		1		
41-50	15	3			1	
51-60	1				1	
60 <		1				
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>82 %</b>	<b>18 %</b>	<b>0 %</b>	<b>33 %</b>	<b>67 %</b>	<b>0 %</b>

## Faste heltidsansatte

Alder	Hovedkontoret Sagene			Butikker Match			Butikker VIC		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	11	3		5			2		
30-40	32	6		16			3		
41-50	15	3		5			1		
51-60	12	4		9			1	1	
60 <	1	1		3					
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>38</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>81 %</b>	<b>19 %</b>	<b>0 %</b>	<b>100 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>88 %</b>	<b>13 %</b>	<b>0 %</b>

Alder	Butikker Boys of Europe			Lageret Tuen		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	9	3		2	3	
30-40	3			8	2	
41-50	1			1	1	
51-60				1	2	
60 <				1	4	
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>81 %</b>	<b>19 %</b>	<b>0 %</b>	<b>52 %</b>	<b>48 %</b>	<b>0 %</b>

## Faste deltidsansatte

Alder	Hovedkontoret Sagene			Butikker Match			Butikker VIC		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	1	1		307	46		112	15	
30-40				54	5		29	1	
41-50	2			55	1		17		
51-60				52			10	1	
60 <	1			36	1		9		
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>504</b>	<b>53</b>	<b>0</b>	<b>177</b>	<b>17</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>80 %</b>	<b>20 %</b>	<b>0 %</b>	<b>90 %</b>	<b>10 %</b>	<b>0 %</b>	<b>91 %</b>	<b>9 %</b>	<b>0 %</b>

Alder	Butikker Boys of Europe			Lageret Tuen		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	131	71				
30-40	22	4				
41-50	3	1				
51-60	5					
60 <	1					
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>76</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>68 %</b>	<b>32 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>

## Midlertidig heltidsansatte

Alder	Hovedkontoret Sagene			Butikker Match			Butikker VIC		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	1								
30-40	2								
41-50	2								
51-60									
60 <									
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>100 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>

Alder	Butikker Boys of Europe			Lageret Tuen		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	1	1				
30-40				1	1	
41-50						
51-60						
60 <						
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>50 %</b>	<b>50 %</b>	<b>0 %</b>	<b>50 %</b>	<b>50 %</b>	<b>0 %</b>

## Midlertidig deltidsansatte

Alder	Hovedkontoret Sagene			Butikker Match			Butikker VIC		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	2			73	8		24	3	
30-40				6	4		2		
41-50				4	1				
51-60				5					
60 <				1					
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>89</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>100 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>87 %</b>	<b>13 %</b>	<b>0 %</b>	<b>90 %</b>	<b>10 %</b>	<b>0 %</b>

Alder	Butikker Boys of Europe			Lageret Tuen		
	Kvinner	Menn	Andre	Kvinner	Menn	Andre
> 30	22	8				
30-40	2	1				
41-50	1					
51-60						
60 <						
<b>Total</b>	<b>25</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Prosent</b>	<b>74 %</b>	<b>26 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>	<b>0 %</b>



## Ansinitet

Ansattsted	Snitt ansinitet
Butikker Boys	3 år 3 mnd 16 dager
Butikker Match	3 år 8 mnd 24 dager
Butikker VIC	2 år 6 mnd 18 dager
Hovedkontoret Sagene	8 år 3 mnd 26 dager
Lageret Tuen	7 år 8 mnd 14 dager
Voice Norge AS	3 år 11 mnd 13 dager

## Definisjoner

### **Ansatte i Voice Norge AS:**

VOICE sine egne ansatte, der lønn utbetales av Voice Norge AS. Lønn, og andre kompensasjoner som bonuser, overtid, etc. er kontraktfestet mellom den enkelte ansatte og Voice Norge AS.

### **Andre:**

Ikke-binære kjønnsidentiteter eller ikke oppgitt.

### **Toppleder:**

Medlemmer av ledergruppen og styret. Omtales som VOICE sitt øverste styringsorgan i bærekraftsrapporten.

### **Leder:**

Alle ledere utenom toppledere, herunder butikkledere, regionledere, avdelingsledere og andre lederroller med personal- og fagansvar.

### **Faste ansatte:**

Ansatt på en permanent basis, med en arbeidskontrakt som ikke har en forhåndsbestemt sluttdato.

### **Heltidsansatte:**

Stillingsprosenten til den ansatte er ikke mindre enn 100 %.

### **Deltidsansatte:**

Stillingsprosenten til den ansatte er mindre enn 100 %.

### **Midlertidig ansatte:**

Ansatt for en begrenset tidsperiode. Arbeidskontrakten har en klar start- og sluttdato.

## Kurs og opplæring

Tema	Varighet i timer	Antall kurs gjennomført	Totalt antall timer gjennomført	Antall kvinnelige ansatte som deltok
Butikklederskolen	280	1	280	9
Mentorprogrammet (mentor)	16	16	256	15
Kjemikalier	6	2	12	
Kjemikalier	1	24	24	
Trend	5	5	25	
Trend videreføring	2	4	8	
Quality Control Management	1	5	5	
Råmaterialer i tekstilproduksjon	2	16	24	
BCI/TE Rapportering	1	3	3	
Sporbarhet	1	12	12	
Kurs om sporbarhet, ESG, due diligence og rapportering	1	15	15	
Ansvarlig bomull		157		
Ansvarlig ull		281		
Kvaliteter og stoffer		195		
Produktkunnskap		308		
HMS		1 568		
Jeansskolen		386		
Åpenhetsloven		311		
Ta ansvar		24		
Sykefraværoppfølging		61		
Ulike interne motimate-kurs		9 695		

Antall mannlige ansatte som deltok	Antall ledere som deltok	Antall, ikke -edende-stillinger som deltok	Bærekraftsrelatert ja/nei	Antall butikkansatte som deltok	Antall ansatte fra hovedkontoret som deltok	Antall ansatte fra lageret som deltok
1	10	10	nei	10		
2		17	nei	17		
2		2	ja		2	
24		24	ja		24	
5		5	nei		5	
4		4	ja		4	
5		5	ja		5	
16		16	ja		16	
3		3	ja		3	
12		12	ja		12	
15		15	ja		15	
			ja			
			ja			
			ja			
			nei			
			ja			
			nei			
			ja			
			nei			
			delvis			

## Kurs og opplæring forts.

Tema	Varighet i timer	Antall kurs gjennomført	Totalt antall timer gjennomført	Antall kvinnelige ansatte som deltok
Sertifiseringer og bærekraftig handel	1	1	1	1
Klimarisiko i produksjon	1	1	1	1
Reindustrialisering av tekstil i Norge	2	1	2	1
Sirkulær emballasje for tekstiler	1	1	1	1
Better Cotton Introduction for Retailers & Brands	1	1	1	1
Stakeholder Engagement and Involvement of Rightsholders in HREDD	2	1	2	1
Fashion Research Symposium 2023: 'Designing Ethologies'	6	1	6	1
Prosjektreise til Bangladesh med Etisk Handel	24	1	24	1
Amfori Environmental due diligence	4	1	4	1
OECD Scaling up Credible Business Action on Climate	2	1	2	1
Textile Exchange konferanse	40	1	40	1
Amfori konferanse	16	1	16	1
NF&TA Konferansen	8	1	8	1
STICA Working group	6	1	6	1
LWG Deforestation due diligence and regulatory compliance	1	1	1	1

Antall mannlige ansatte som deltok	Antall ledere som deltok	Antall, ikke-ledende-stillinger som deltok	Bærekraftsrelatert	Antall butikkansatte som deltok	Antall ansatte fra hovedkontoret som deltok	Antall ansatte fra lageret som deltok
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	
		1	ja		1	



GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
2-1	Organizational details	10 og 12–13
2-2	Entities Included in the organization's sustainability reporting	22, 23 og 200
2-3	Reporting period, frequency and contact point	200
2-4	Restatements of information	Dette er VOICE sin første bærekraftsrapport, og derfor inneholder den ikke rettelser eller omformuleringer av informasjon fra tidligere rapporter.
2-5	External Assurance	200
2-6	Activities, value chain and other business relationships	12, 16, 18, 19, 20, 21, 31, 54 og 55
2-7	Employees	I 2023 var det gjennomsnittlige sykefraværet 8,9 % mot 7,3 % i 2022. Sykefraværet fordeles med andeler kvinner 9,8 % og menn 4,3 %. Mer om ansatte hos Voice Norge AS kan du lese på side 30.
2-8	Workers who are not employees	Ansatte som ikke er direkte ansatt av VOICE inkluderer lagermedarbeidere som engasjeres via bemanningsbyråer, og ansatte fra firmaer vi benytter for å drifte våre funksjoner. Det inkluderer blant annet konsulenter, advokater, revisorer og rengjøringspersonell. Vi kan imidlertid ikke gi en total oversikt over eksakt antall for 2023. Se side 30 for mer informasjon om våre ansatte.
2-9	Governance structure and composition	44–47
2-10	Nomination and selection of the highest governance body	47

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
2-11	Chair of the highest governance body	44–45
2-12	Role of the highest governance body in overseeing the management of impacts	45 og 47
2-13	Delegation of responsibility for managing impacts	47, 48, 50 og 51
2-14	Role of the highest governance body in sustainability reporting	48, 50, 51 og 52
2-15	Conflicts of interest	Interessekonflikter spesifiseres i VOICE sine etiske retningslinjer som omtales på side 40 og 41. For nærmere informasjon, se våre retningslinjer under 'styringsdokumenter' på side 200.
2-16	Communication of critical concerns	VOICE har i 2023 håndtert tre varsler i henhold til vår prosedyre for varsling, beskrevet i vår elektroniske HMS-håndbok. Se side 35.
2-17	Collective knowledge of the highest governance body	44
2-18	Evaluation of the performance of the highest governance body	45
2-19	Remuneration policies	45
2-20	Process to determine remuneration	45

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
2-21	Annual total compensation ratio	Selskapet rapporterer ikke forholdstallet eller den prosentvise økningen av den årlige totale godtgjørelsen for organisasjonens best betalte individer sammenlignet med medianen av den årlige totale godtgjørelsen for alle ansatte. Vi vurderer våre praksiser for dataoffentliggjøring årlig for å sikre at de er i samsvar med våre strategiske mål, og gir meningsfull informasjon til våre interessenter.
2-22	Statement on sustainable development strategy	64, 65 og 66
2-23	Policy commitments	På side 47 kan du lese om hvordan ledergruppen er organisert og involvert i utarbeidelse av våre retningslinjer. På side 81 kan du lese om de mest relevante retningslinjene og standardene innen sosiale forhold. Du kan også lese mer om dette på vår nettside: <a href="http://www.voice.no/om-oss/samfunnsansvar/retningslinjer/">www.voice.no/om-oss/samfunnsansvar/retningslinjer/</a>
2-24	Embedding policy commitments	Retningslinjene og kravene for leverandører beskriver standardene og forventningene som VOICE stiller til direkte og indirekte leverandører. Dette kan du lese mer om på side 81. VOICE stiller krav til at alle ansatte skal gjennomføre en rekke kurs, herunder HMS-kurs som beskrevet på side 38 og 39.
2-25	Processes to remediate negative impacts	I retningslinjer for bærekraftig forretningspraksis stiller VOICE spesifikke krav til egen virksomhet og egne ansatte. De mest sentrale kravene inkluderer blant annet krav om at leverandørene om forebygging og gjenoppretting av negative påvirkninger eller skader de er direkte eller indirekte knyttet til. Mer om dette kan du lese på side 91–95. Det spesifiseres videre at 'Der våre aktiviteter forårsaker eller medvirker til negativ påvirkning skal vi stanse denne aktiviteten, og vi vil søke å gjenopprette skaden.'

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
2-26	Mechanisms for seeking advice and raising concerns	Vi skriver om inkludering av våre interessenter i vår forretningspraksis, samt om interessentstyring på side 56–57. Videre kan du lese om rollen til vår administrerende direktør i Virkerådet, som er et rådgivende organ for Virkes sentralstyre i viktige prinsipielle og strategiske spørsmål. Når det gjelder oppfølging av leverandørene, kan du lese mer om hvordan vi adresserer bekymringer på side 99–109. Du kan også lese om vår deltakelse i 'grønn sosial dialog og likestillingsprosjekt i Bangladesh' på side 150–151.
2-27	Compliance with laws and regulations	Vi skriver om hvordan VOICE stiller seg til naturrisiko, og kommende reguleringer innen temaet på side 144. Du kan lese om våre klimatiltak for å tilpasse oss eksisterende og kommende reguleringer fra EU og Norge på side 167–173. VOICE stiller seg positivt til tydeligere reguleringer for næringen som helhet. Vi mener at det fortsatt er uklart hvordan mange av de kommende reguleringer vil se ut og fungere i praksis. Videre mener vi at reguleringer og eventuelle avgifter må gjelde for alle som selger tekstiler i Norge, og ikke kun norske selskaper.
2-28	Membership associations	196–197
2-29	Approach to stakeholder engagement	56–59
2-30	Collective bargaining agreements	Vi skriver om retningslinjer og prosesser for kollektive forhandlinger for egen organisasjon på side 36. Du kan lese om VOICE sine krav til leverandører om rett til kollektive forhandlinger for fabrikkansatte på side 83, 85, 86, 96, 98, 100, 101, 103 og 107.

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
3-1	Process to determine material topics	60, 61 og 64
3-2	List of material topics	61
3-2-a	List of material topics, ie. By relevant categories if it helps the company communicating.	61
302	Energy	Kapittel om klimautslipp begynner på side 148.
302-1	Energy consumption within the organization	154–157
302-2	Energy consumption outside the organization	154–157
302-3	Energy intensity	Du kan lese om utslipp for scope 2 og scope 3 fra vårt klimaregnskap på side 155 og 156. Du finner utslipp i tCO <sub>2</sub> e for årene 2021, 2022 og 2023 på side 157, samt grafer for fremstilling av resultatene på sidene 158–161.
302-4	Reduction of energy consumption	Du kan lese om utviklingen av energiforbruket vårt, og i våre operasjoner på sidene 162 og 163.
302-5	Reduction in energy requirements of products and services	Vi har hatt en økning i utslipp fra drifttjenester og -varer fra 2021 til 2023. Hoveddriveren for utviklingen er at vi har økt andelen tjenester vi inkluderer i klimaregnskapet fra 90 % av innkjøpsverdi i 2021 og 2022, til 95 % i 2023. Deler av økningen skyldes også at utslippsfaktoren er basert på kostnad i NOK og blir ikke justert for inflasjon.

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
303	Water	Kapittelet om vann starter på side 178. Merk at vann ikke er et tema vi er forpliktet til å rapportere om i henhold til GRI-standarden. Vi har likevel valgt å inkludere informasjon om vann. Skulle det vise seg at vann har større relevans under utarbeidelsen av vår doble vesentlighetsanalyse, vil vi utvide informasjonsmengden om dette i neste rapport.
303-5	Water consumption	VOICE har ved hjelp fra BEPI kartlagt vannforbruk fra 83 fabrikker for året 2023. Totalt vannforbruk i fabrikk blir ikke oppgitt under utgaven av denne rapporten, se svar under GRI 303.
305	Emissions	Kapittel om klimautslipp begynner på side 148.
305-1	Direct (scope 1) GHG emissions	Side 155. Totalt scope 1 utslipp i 2023 var 14,1 tCO <sub>2</sub> e.
305-2	Energy indirect (scope 2) GHG emissions	Side 155. Totalt scope 2 utslipp i 2023 var 111,2 tCO <sub>2</sub> e.
305-3	Other indirect (scope 3) GHG emissions	Side 155–156. Totalt scope 3 utslipp i 2023 stod for 99,7 % av VOICE sine totale utslipp, og var på 40.957,3 tCO <sub>2</sub> e.
305-4	GHG emissions intensity	VOICE har mål om å oppnå 55 % reduksjon i utslippsintensitet relativt til omsetning, i løpet av 2030. Dette anser vi som både det viktigste, og vanskeligste målet i vår klimastrategi. Du kan lese om våre tiltak for å oppnå dette målet på sidene 166–173.



GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
305-5	Reduction of GHG emissions	Utslippsreduksjon er en vesentlig del av vår klimastrategi. Under den strategiske pilaren for klima- og miljøpåvirkning har vi definert mål om utslippsreduksjon for scope 1, 2 og 3. Som en del av vårt engasjement i STICA, forplikter VOICE seg til å sette vitenskapsbaserte mål for utslippsreduksjon, å rapportere våre årlige utslipp, og å iverksette målrettede tiltak for å kutte utslipp gjennom hele vår verdikjede. Ambisjonen er klar: Vi arbeider for at den nordiske tekstilindustrien skal bidra betydelig til å redusere globale utslipp innen 2050. Mer om våre klimamål kan du lese på sidene 164–165. Legg merke til at vi benytter året 2021 som referanseår når vi måler fremgang i vårt arbeid med utslippsreduksjon.
305-6	Emissions of ozone-depleting substances (ODS)	Over tid har bruken av ozonnedbrytende stoffer (ODS) i tekstilproduksjonen blitt betydelig redusert. Dette skyldes strengere miljøforskrifter og en økt bevissthet om miljøvern. Per 2023 måler vi ikke disse kjemikaliene i vår produksjon.
305-7	Nitrogen oxides (Nox), sulfur oxides (Sox), and other significant air emissions	Per 2023 måler vi ikke nitrogenoksider (NO <sub>x</sub> ), svoveloksider (SO <sub>x</sub> ) og andre betydelige luftutslipp i vår produksjon. Imidlertid måler vi CO <sub>2</sub> -utslipp, og planlegger å fokusere på andre betydelige utslippskilder i nær fremtid.
306	Waste	Kapittel om avfall begynner på side 137.

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
306-1	Waste generation and significant waste-related impacts	VOICE sitt hovedkontor på Sagene og lager på Tuen er Miljøfyrtårn-sertifisert. Dette krever at vi kontinuerlig forbereder våre miljøprestasjoner, setter konkrete miljømål og gjennomfører tiltak for å nå de satte målene. I denne rapporten, kan du på side 138 og 139 lese om mengde avfall som har blitt sortert i disse to lokasjonene. Avfallet fra hovedkontoret og lageret, inkludert rest-, papp-, plast-, mat og annet kildesortert avfall blir samlet inn og resirkulert i størst mulig grad. I 2022 ble det etablert nye interne avfallsrutiner for å øke kildesorteringsgraden.
306-2	Management of significant waste-related impacts	137, 140 og 143
306-3	Waste generated	138–139
306-4	Waste diverted from disposal	138–139
306-5	Waste directed to disposal	138–139
307	Environmental compliance	Du kan lese om hvordan vi jobber for å redusere vår klima- og miljøpåvirkning på sidene 144–173.
307-1	Non-compliance with environmental laws and regulations	Det ble ikke registrert manglende overholdelse av miljølover og -forskrifter i 2023.
308	Supplier environmental assessment	VOICE benytter Amfori BEPI for å innhente informasjon om vår miljøpåvirkning i produksjon. Mer om Amfori BEPI og hvordan vi jobber med dette initiativet, kan du lese på side 175 og 176.
308-1	New suppliers that were screened using environmental criteria	Én fabrikk gjennomgikk fysisk tilsyn via BEPI-evaluering, mens 83 fabrikker svarte på egenevaluering i 2023.

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken	Du kan lese om hvordan VOICE jobber for å redusere vår klima- og miljøpåvirkning på sidene 144–173. På side 150 og 151 kan du lese om 'Grønn sosial dialog og likestillingsprosjekt i Bangladesh' som vi deltok i.
401	Employment	Du kan lese om VOICE som arbeidsgiver på sidene 32–33, og relevante krav knyttet til ansettelser som vi stiller til våre leverandører på sidene 82–91.
401-1	New employee hires and employee turnover	I 2023 var turnoveren på 5,9 % i Voice Norge AS. Det ble ansatt 214 nye medarbeidere, inkludert midlertidig ansatte. I 2023 ble det ansatt 214 nye medarbeidere, inkludert midlertidige ansatte.
401-2	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees	For interne ansettelser, se sidene 36–41. For informasjon om ansettelse hos våre leverandører, kan du lese på sidene 84–85.
401-3	Parental leave	Foreldrepenge rettighetene er likestilt for alle VOICE sine ansatte, der VOICE dekker gapet mellom NAVs foreldrepenge og den ansattes vanlige lønn.
402	Labor/Management relations	Du kan lese om VOICE sin interne håndtering av forhold mellom ansatte og ledelsen på side 33, 38 og 47, og om hvordan dette håndteres og arbeides med i våre verdikjeder på sidene 79 og 107.
402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	Du kan lese om VOICE sine interne rutiner på side 35. Vi undersøker om leverandørene kan bevise at de tilbyr sikker, lovlige og rettferdige ansettelse og tilstrekkelig beskyttelse til ansatte gjennom alle stadier, fra rekruttering til oppsigelse.
403	Occupational health and safety	79, 86, 89, 92, 96, 97, 99, 102, 105 og 108

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
403-1	Occupational health and safety management system	Vår deltakelse i Accord skal sikre at minst 75 % av avvikene oppdaget ved første inspeksjon blir utbedret innen en fastsatt tidsperiode. Dette innebærer at fabrikken må rette opp minst 75 % av de identifiserte avvikene innenfor denne tidsrammen. I tillegg sjekker VOICE overholdelse av HMS-krav på fabrikk gjennom BSCI-inspeksjoner.
403-2	Hazard identification, risk assessment, and incident investigation	Målet med Accord er å forbedre sikkerhet i fabrikker gjennom inspeksjoner, opplæring og reformer, for å skape trygghet for de ansattes helse og sikkerhet. Utover BSCI-vurderinger benytter vi fabrikktilsyn for å identifisere sikkerhetsrisikoer og tilbyr opplæring om rettigheter og ansvar gjennom QuizRR. Fremover planlegger vi å forbedre sikkerhetsprotokoller ved å blant annet hyppigere kartlegge leverandørers sikkerhetsattestifikasjoner, spesielt i land som Kina, hvor Accord ikke opererer. Å opprettholde tett kommunikasjon, gjennomføre kontinuerlige fabrikktilsyn, og tilby QuizRR-opplæring forblir en del av våre rutiner.
403-3	Occupational health services	38–39 og 79
403-4	Worker participation, consultation, and communication on occupational health and safety	Over 6 500 fabrikkansatte har blitt kurset i 'arbeidstakerens rettigheter og ansvar' gjennom det digitale læringsprogrammet QuizRR i Bangladesh siden 2018. Det tilsvarer 826 ansatte i 2023.
403-5	Worker training on occupational health and safety	62 145 ansatte i vår verdikjede har fått opplæring gjennom Accords HMS (workplace safety) program i Bangladesh siden oppstart 2016. Det utgjorde 2 500 i 2023.

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
403-6	Promotion of worker health	VOICE har vært medlemmer av Accord siden 2013. Målet med Accord er å forbedre sikkerhet i fabrikker gjennom inspeksjoner, opplæring og reformer, for å skape trygghet for de ansattes helse og sikkerhet.  Du kan lese mer om krav som stilles til våre leverandører om overholdelse av minimumskrav - forankret i FN- og ILO-konvensjoner på side 80.
403-7	Prevention and mitigation of occupational health and safety impacts directly linked by business relationships	Den nåværende risikoen for dårlig helse og sikkerhet anses som relativt lav basert på innsamlet dokumentasjon og inspeksjoner i fabrikkene. Det skyldes kontinuerlig tilsyn og vurderinger, og krever at det foreligger strenge krav og effektiv håndtering av eksisterende og potensielle problemer og mangler. Samtidig innser vi at inspeksjoner og undersøkelser gjennomført av Amfori må sees i sammenheng med funn fra andre aktører og overvåkningsorganer.
403-8	Workers covered by an occupational health and safety management system	Gjennom amfori BSCI-inspeksjoner blir det sjekket om fabrikken har et velfungerende HMS-system. HMS systemet på fabrikk vurderes iht. fire aspekter: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Overholdelse av regelverk</li> <li>• Risikovurdering</li> <li>• Opplæring av ansatte</li> <li>• Prosedyrer og utstyr for å sikre HMS</li> </ul> Fabrikkene må kunne forklare og dokumentere sine prosesser og prosedyrer for å sikre at HMS-regelverket overholdes.  Dersom det blir vurdert at det er overhengende risiko for de ansattes helse og/eller liv under en inspeksjon, vil inspektøren umiddelbart utløse et varsel til alle medlemmer som er koblet til fabrikk gjennom Amfori-systemet.

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
403-9	Work-related injuries	Registrering og håndtering av arbeidsrelaterte ulykker blir sjekket under inspeksjon på fabrikk. Fabrikkene må registrere alle ulykker og skader som skjer på fabrikk, spesifisert mht.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Når ulykken fant sted (f.eks. dato, høy-sesong/lav-sesong)</li> <li>• Hvem var involvert</li> <li>• Hvilke tiltak ble utført</li> <li>• Hva var det endelige resultatet/omfanget</li> <li>• Hvordan ulykkene (eller arbeidsrelaterte sykdommer) ble undersøkt</li> <li>• Hvilke forebyggings- og utbedringstiltak ble iverksatt</li> <li>• Hvor lenge ansatt var sykemeldt/borte fra jobb</li> </ul> Antall registrerte hendelser blir ikke rapportert videre til medlemmene. Det sjekkes kun at hendelsene er registrert, spesifisert og håndtert.
403-10	Work-related ill health	Se svar 403-9.
404	Training and education	VOICE benytter Motimate som hovedkilde for interne kurs. Du kan lese mer om vår interne kommunikasjon på side 184. På side 42 kan du lese om kurs, opplæring og medarbeidernes utvikling. Under vedlegg, på slutten av rapporten kan du finne en liste med kurs gjennomført av VOICE sine ansatte i 2023.  Når det gjelder vår verdikjede, tilbyr VOICE kurs og opplæring til ledelse og ansatte på fabrikk gjennom Amfori og QuizRR for trening og kompetanseheving. Siden 2016 har 38 fabrikker med i overkant av 15 500 fabrikkansatte i Kina og Bangladesh fått opplæring gjennom vårt samarbeid med QuizRR.



GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
404-1	Average hours of training per year per employee	I 2023 fullførte de ansatte 13 797 kurs gjennom læringsplattformen Motimate. Av disse ble hele 93,48 % fullført av butikkansatte, mens 6,25 % ble gjennomført av de ansatte på hovedkontoret og 0,27 % av de som arbeider på lageret. Under vedlegg i denne rapporten finnes det en tabell med flere spesifikasjoner om kurs, opplæring og utvikling gjennomført av VOICE sine ansatte i 2023. Imidlertid kan vi per 2023 ikke oppgi gjennomsnittstid per time per ansatt på gjennomførte kurs. Gjennomsnitt antall kurs gjennomført per ansatt i 2023 er 8,67.
404-2	Programs for upgrading employee skills and transition assistance programs	Se svar under 404.
404-3	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews	Det gjennomføres årlig en medarbeidersamtale mellom leder og medarbeider. Dette er en utviklingssamtale som setter søkelys på trivsel, utvikling og målsettinger. Vi legger vekt på at lederne fører en kontinuerlig dialog og bygger relasjoner med sine medarbeidere gjennom regelmessig interaksjon og oppfølgingssamtaler gjennom året i tillegg til medarbeidersamtalen.
405	Diversity and equal opportunity	Se avsnitt om likestilling og diskriminering på side 32–33.
405-1	Diversity of governance bodies and employees	Se tabell om VOICE sine ansatte under vedlegg på slutten av denne rapporten for mer detaljert informasjon.

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
405-2	Ratio of basic salary and remuneration of women to men	Kvinner lønn sammenliknet med menns lønn i % på hovedkontoret: Ledergruppe 98,8 %, lederyrker 66,8 %, akademiske yrker 79,2 %, høyskoleyrker 88,5 %, kontor- og kundeserviceyrker 100 %, salgs- og serviceyrker 115,9 % og håndverkere 89,7 %. I butikk: Lederyrker 101,1 % og salgs- og serviceyrker 107,2 %. På lageret: Kontor- og kundeserviceyrker 99,1 %.
406	Non-discrimination	Se avsnitt om likestilling og diskriminering på side 32–33.
406-1	Incidents of discrimination and corrective actions taken	Det er ikke registrert hendelser knyttet til diskriminering internt hos VOICE i 2023.
407	Freedom of association and collective bargaining	Slik VOICE sine retningslinjer for bærekraftig forretningspraksis presiserer, støtter vi retten til organisasjonsfrihet og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon.
407-1	Operations and suppliers in which the right to freedom of association and collective bargaining may be at risk	Vi anser rett til fagorganisering og kollektive forhandlinger som en fremtredende risiko i vår verdikjede. I følge 2022 ITUC Global Rights Index ligger Bangladesh, Kina, India og Tyrkia på listen over land som får 'Rating 5; No guarantee of (workers) rights'. Se side 92, 93 og 96 for mer informasjon.
408	Child labour	104 og 106

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
408-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of child labor	<p>Risikoen for brudd på de etiske retningslinjene øker jo lenger bakover i verdikjeden man kommer. Førsteleddsleverandører (tier 1) som har signert våre etiske retningslinjer og andre relevante styringsdokumenter, tar en overlagt risiko hvis de bryter disse avtalene. For underleverandører er situasjonen annerledes, ettersom vi ikke alltid kjenner dem eller har en direkte kommunikasjon/avtale med dem.</p> <p>Når det gjelder råvarer er utfordringen sammensatt. Produksjonen av råvarer foregår ofte i et annet land enn der klærne våre lages, og det finnes gjerne mange ledd mellom råvare og produksjonsfabrikk. Med bakgrunn i dette har vi startet arbeidet med å få bedre oversikt over våre underleverandører gjennom systematisk kartlegging, og ved å kjøpe verifiserbare sertifiserte råvarer.</p>
409	Forced and compulsory labour	92, 105 og 106
409-1	Operations and suppliers at significant risk for incidents of forced or compulsory labor	Se svar 408-1
412	Human rights assessment	78–80
412-1	Operations that have been subject to human rights reviews or impact assessments	91–97
412-2	Employee training on human rights policies or procedures	76 , 77, 101 og 108

GRI Disclosure number	GRI Disclosure specification	Sidehenvisning
412-3	Significant investment agreements and contracts that include human rights clauses or that underwent human rights screening	81
414	Supplier Social Assessment	78, 79, 82 og 84
414-1	New suppliers that were screened using social criteria	<p>Før en ny leverandør kan begynne å produsere varer for VOICE, gjennomføres det en kvalifiseringsprosess hvor produsenten må kunne fremvise en gyldig inspeksjonsrapport (BSCI eller tilsvarende) med en score som tilfredsstillende våre krav. Alle leverandører må også signere på våre etiske retningslinjer, og forplikte seg til å overholde internasjonale standarder for arbeidsforhold, -rettigheter, miljøpåvirkning, dyrevelferd m.m.</p>
414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	92–95
417	Marketing and labeling	185–193
417-1	Requirements for product and service information and labeling	185–186
417-2	Incidents of non-compliance concerning product and service information and labeling	Det ble ikke registrert manglende overholdelse om informasjon knyttet til våre produkter og tjenester i 2023.
417-3	Incidents of non-compliance concerning marketing communications	Det ble ikke registrert manglende overholdelse av markedsføring og merking av produkter i løpet av 2023.

