



Voice

Bærekraftsrapport 2025



Innhold

Introduksjon	
Ord fra administrerende direktør	4
Ord fra leder bærekraft	6
Om VOICE	8
VOICE historie	10
Kjedene og merkevarene	13
• Match	14
• Decades	15
• VIC	16
• Merkevarer	18
Bærekraftsrapportering	23
(Sustainability statement)	
Generell informasjon	24
• VOICE bærekraftsstrategi	26
• Verdikjeden og leverandørene	30
• Organisering av bærekraft	34
• Interessentdialog og -involvering	38
• Aktsomhetsvurderinger	42
• Dobbelt vesentlighetsanalyse	44
Miljø	46
• Klimaendringer	48
• Energi	64
• Forurensning	66
• Vann	68
• Ressursbruk og sirkulærøkonomi	70
Sosial	83
• Egen arbeidsstyrke	84
• Arbeidere i verdikjeden	94
Styring	102
• Vern mot gjengjeldelse for varslere	103
• Forvaltning av leverandørrelasjoner	103
• Korrupsjon og bestikkelser	105
Styrets erklæring om bærekraftsrapporten	106
Datakilder og utregningsmetoder	108
ESRS oversikt	113

Ord fra administrerende direktør JOHNNY OTTESEN

2025 var et betydningsfullt år for arbeidet med bærekraft i VOICE. Først og fremst er vi stolte av å kunne vise til fortsatt fremdrift i vårt arbeid med å redusere virksomhetens klimautslipp. Siden etableringen av vår klimastrategi i 2021 er utslippene redusert med 25% relativt til



omsetning. Utslippene per plagg er redusert med 8,2% i samme periode. Ved utgangen av 2025 har vi også realisert ambisjonen vår om å ha null utslipp fra egen virksomhet, gjennom å kjøpe fornybar energi og bytte ut alle firmabiler til elektriske kjøretøy. Samtidig gjenstår mye arbeid for å realisere det overordnede målet i klimastrategien om 55% utslippsreduksjon relativt til omsetning innen utgangen av 2030.

For det er ikke til å komme unna at klesindustrien fortsatt har et stort klimaavtrykk. Som en virksomhet i klesbransjen har vi et særlig ansvar for å redusere vårt miljø- og klimaavtrykk. Det er et ansvar vi tar på største alvor i VOICE, som resultatene også viser. Samtidig er vi avhengige av samarbeid og partnerskap for å lykkes med å nå våre egne mål, og for å drive frem endringene som er nødvendige i den globale verdikjeden for klær. Og vi trenger drahjelp fra myndighetene slik at det lønner seg å ta bærekraftige valg.

Arbeidet med bærekraft og ansvarlighet utfordres i dag av en stadig mer presset konkurransesituasjon for klær, der et stadig større volum av varer

selges av store internasjonale netthandelsaktører direkte til forbruker. Samtidig opererer flere slike netthandelsaktører under ande rammevilkår, og følger ikke norsk og europeisk forbrukerlovgivning. Dette, i kombinasjon med fortsatt tollfritak for e-handelsaktører som opererer fra utenfor Norge, skaper en betydelig konkurransevridning til fordel for aktører som etter vår forståelse bryr seg lite om miljø og mennesker i produksjon og salg av sine klær.

VOICE er derfor generelt positive til at det er planlagt flere reguleringer for klesmarkedet fremover. Som forberedelser til innføringen av produsentansvarsordningen for tekstiler har VOICE vært blant initiativtakerne til å etablere produsentansvarsselskapet TekstilPRO. Dette er et eksempel på hvordan VOICE kontinuerlig søker å utøve ansvarlighet gjennom partnerskap og samarbeid rundt å løse bærekraftsutfordringene i klesindustrien. Når EU de kommende fire årene vil innføre nye reguleringer for klesmarkedet vil vi samtidig fortsette å være tydelige på at reguleringene må gjelde likt for alle, slik at man

ikke undergraver den innsatsen som er nødvendig for å sikre en mer bærekraftig verdikjede for klær.

I mellomtiden vil vi fortsette å jobbe strukturert og målrettet med å sikre ansvarlighet og bærekraft i møte med våre leverandører og kunder. Du kan lese mer om hva vi har fått til i 2025 i denne rapporten. Vi er stolte av arbeidet vårt, og håper innholdet vekker interesse og nysgjerrighet for hvordan vi jobber for å ha en positiv påvirkning på menneskene og miljøet i verdikjeden for klær.

Johnny Ottesen

Ord fra leder for bærekraft JAN THOMAS HAGEN

Bærekraftsbegrepet har ikke hatt vind i seilene i 2025. Det har vært motvind mot [Parisavtalen](#) som skal bidra til at verdens land begrenser klimautslippene og forhindrer global oppvarming over 1,5 grader. Det har også vært omkamper om reguleringer som skal bidra til utslippsreduksjon og omstilling til en sirkulær økonomi i EU. Samtidig har tollkrig bidratt til global inflasjon og økte kostnader, som igjen har gjort det mer krevende å promotere investeringer i omstilling til miljøvennlig og bærekraftig vareproduksjon, inkludert klær.

Men det er i motbakke det går oppover! Og det er veldig gledelig å erfare at på tross av dårlige vindforhold, så har arbeidet med å kutte utslipp og sikre ansvarlige arbeidsforhold i verdikjeden fortsatt med uforminsket styrke i VOICE.

I 2025 har vi blant annet igangsatt et pilotprosjekt for utslippsreduksjon sammen med to produksjonsfabrikker i Kina. Prosjektet skal bidra til at fabrikkene setter egne mål for å redusere sine utslipp og miljøpåvirkning, og planlegger tiltak som skal gjennomføres innen 2030. Dette er viktig for at VOICE skal realisere våre mål om utslippsreduksjon for 2030.



VOICE har også som tommelfingerregel for bærekraftsarbeidet vårt at vi skal være 'best på det som teller mest'. Dette innebærer at vi jobber kunnskapsbasert, prioriterer tiltak som har størst totaleffekt, og følger beste praksis. For å sikre at vår klimastrategi er realistisk, og i tråd med 1,5-graders målet, har vi igangsatt en prosess for å verifisere

målene og tiltakene våre etter Science Based Targets rammeverket. Vi har utarbeidet en omstillingsplan som beregner effekten av tiltakene som er planlagt frem mot 2030. Planen viser at vi har god progresjon mot målet om 55% utslippsreduksjon relativt til omsetning, og vil sendes inn til [Science Based Targets](#) for godkjenning i løpet av 2026.

Sentralt i planen er å jobbe sammen med våre produksjonspartnere for å kutte utslipp i vareproduksjonen gjennom energisparing og bruk av fornybar energi. For å kunne spore fremdriften i dette arbeidet har VOICE i 2025 samlet inn data om energiforbruk, -kilder, og miljøarbeid fra alle våre produksjonsfabrikker. I 2026 vil vi jobbe med utvalgte leverandører for å identifisere forbedringsområder.

Samtidig handler bærekraft om mer enn miljø og utslipp. Arbeidet med å sikre ansvarlige arbeidsforhold har lang tradisjon i VOICE. Som medlemmer av Etisk Handel Norge siden 2003 har vi jobbet kontinuerlig med å kontrollere, veilede og lære opp våre produksjonspartnere. Siden 2016 har over 22.000 ledere og ansatte ved 39 produksjonsfabrikker mottatt opplæring i ulike tema for å bidra til ansvarlige arbeidsforhold. Du kan

lese mer om kravene vi stiller til våre leverandører i kapittelet om aktsomhetsvurderinger i denne rapporten.

2026 byr på nye oppgaver, og forhåpentligvis mer medvind. Et av våre viktigste miljøbidrag er å tilby komfortable kvalitetsklær som blir likt av mange, har lang levetid og et design som gjør at plaggene blir brukt lenge. Dette står allerede sentralt i VOICE, og vil være et satsingsområde i året som kommer. Vi håper du vil merke resultatene av arbeidet i våre butikker i nær fremtid.

Jan Thomas Hagen

Om VOICE

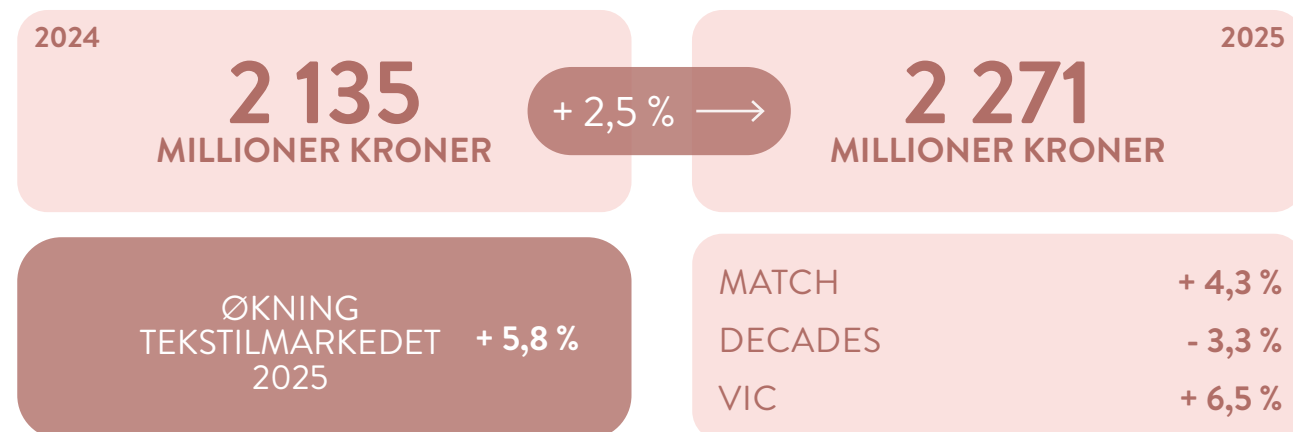
Voice Norge AS er et heleid norsk selskap som designer og selger klær, og et ledende selskap innen norsk mote og tekstilhandel. VOICE eier kleskjedene Match, VIC og Decades. Vår merkevareavdeling består av 13 klesmerker, med Jean Paul som den mest kjente. Vi utvikler alle våre kolleksjoner og drifter våre butikker fra Sagene, i hjertet av Oslo. Felles for merkevarene er fokuset på kvalitet, varighet, komfort og verdi for pengene. Alle våre kjedekonsepter drives med egneide butikker som lever for å skape unike kundeopplevelser.

VOICE har en integrert verdikjede for utvikling, forvaltning og salg av våre merkevarer. Vi 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 Norge AS er et heleid datterselskap av O.N. Sunde AS og omsatte i 2025 for 2 271 millioner 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.

DRIFTSINNTEKTER



EBITDA 2024 485,50 MILLIONER KRONER
EBITDA 2025 451,39 MILLIONER KRONER



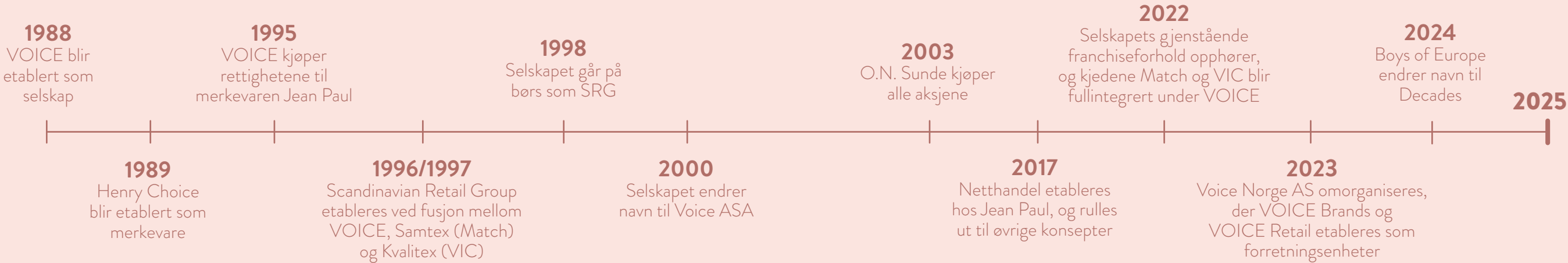
VOICE HISTORIE

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, er en historisk og tradisjonsrik merkevare i kvalitetssegmentet i Norge. Jean Paul ble en del av VOICE i 1995, men har røtter tilbake til 1977.

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.



VOICE TIDSLINJE





Kjedene og merkevarene

Ved utgangen av 2025 utgjorde butikkporteføljen 211 butikker og merkevareporteføljen 13 merkevarer.

Match

Match er en av Norges største kleskjeder. Match er en folkelig kleskjede som tilbyr klær med god kvalitet og gode passformer til god verdi for pengene. I Match kan du i tillegg finne spennende kampanjer med gode tilbud. Match er opptatt av å skape gode kundeopplevelser, med fokus på en trygg og enkel handel.

Nøkkeltall Match 2025



1 333 millioner kroner
Omsetning 2025



101
Antall fysiske butikker 2025



8,3 %
Netthandelsandel 2025



Decades

Decades har siden 90-tallet levert uformelle og tidløse klær med jeans i fokus. Målet vårt er at du skal bli glad i klærne dine, og at du skal ha glede av dem lenge. Derfor er vi opptatt av at du både skal se bra ut og føle deg bra. I Decades vektlegger vi kvalitet, passform, og tidsriktige farger og uttrykk. Du trenger ikke være spesielt interessert i klær for å handle hos oss. Det er tross alt mye som er viktigere enn klær og mote. For oss er det viktig at du trives, blir tatt godt imot, at du opplever god service og at vi hjelper deg med vår kompetanse. I 2025 byttet vi navn fra Boys of Europe til Decades, for å kunne nå ut til flere og gi en best mulig handleopplevelse.

Nøkkeltall Decades 2025



431 millioner kroner
Omsetning 2025



62
Antall fysiske butikker 2025



4,3 %
Netthandelsandel 2025



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 styrker 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.

Nøkkeltall VIC 2025



441 millioner kroner
Omsetning 2025



48
Antall fysiske butikker 2025



8,8 %
Netthandelsandel 2025



Merkevarene

VOICE sine 13 egeneide merkevarer stod i 2025 for over 92,5% av selskapets totale omsetning. Porteføljen kombinerer veletablerte merker med lang historikk og nyere merkevarer utviklet for å møte dagens marked og forbrukerbehov. Samlet gir dette VOICE en sterk og differensiert merkevareplattform.

Porteføljen omfatter Jean Paul, Henry Choice, Va Vite, Mr. Capuchin, Vesbar, Mellowfield, BLU, Redford, Mario Conti, Marie Philippe, Donna, Wos Not Wos og Alvo. Samtlige av merkevarene gjennomgår en fornyelse av sin posisjonering og sortiment som vil bli synlig for forbruker innen utgangen av 2026.

Jean Paul er et norsk preppy klesmerke etablert i 1977 av brødrene Per og André Placht kjent for klær for hverdag og fritid med et moderne uttrykk med inspirasjon fra Frankrike. Merkevaren har introdusert norske forbrukere for tidløse plagg med høy kvalitet, utviklet for norske forhold. I dag representerer Jean Paul en helhetlig livsstil med fokus på komfort, funksjonalitet og varighet. Merket tilbyr kolleksjoner til dame og herre, bestående av tidløse favoritter ment å brukes over mange år. I 2026 lanserer Jean Paul et større samarbeid med alpinisten Kjetil Jansrud, hvor han

har vært med å utvikle to jakker for merkevaren. Jean Paul er tilgjengelig i alle våre butikker og er selskapets mest kjente merkevare.

Henry Choice ble etablert av VOICE i 1989 og var sentral i selskapets tidlige vekst. I 1994 ble det solgt over 750 000 Henry Choice-jeans, noe som gjorde merket større enn Levi's i Norge på den tiden. Kjerneverdiene høy kvalitet og god verdi for pengene står fortsatt sentralt i merkevaren. I 2025 ble Henry Choice lansert på Zalando og har hatt et jevnt salg siden oppstarten.

Alvo har røtter tilbake til 1930-tallet og ble grunnlagt av Alv Opheim, med egen skjortefabrikk på Stranda. I dag er Alvo kjent for skjorter av høy kvalitet og klassiske passformer som videreføres sesong etter sesong. Merket har også vært en pioner i VOICE innen bruk av 3D-design, noe som har effektivisert produktutviklingen og redusert behovet for fysiske vareprøver.

Redford, Va Vite og Marie Philippe ble en del av VOICE-porteføljen på 1990-tallet gjennom fusjoneringen av Va Vite, Kvalitex og Samtex. Redford og Va Vite tilbyr i dag funksjonelle og prisgunstige hverdagsplagg hos Match, mens Marie

Philippe retter seg mot kvinner som søker elegante antrekk med klassiske snitt til ulike anledninger. Donna kompletterer tilbudet med trendbaserte plagg, mens Mario Conti tilbyr tidløse kolleksjoner inspirert av italiensk eleganse. Samlet bidrar disse merkevarene til å definere Match sin kundeprofil.

BLU gjennomgikk en revitalisering i 2024 for å styrke sin posisjon blant kvinner som foretrekker en feminin og elegant stil. Merket tilbyr allsidige plagg med hovedvekt på kjoler, bluser og jakker, designet for en sofistikert stil fra morgen til kveld. BLU er i dag en sentral merkevare i profileringen av VIC.

De senere årene har VOICE også lansert nye merkevarer som Mr. Capuchin, Vesbar og Mellowfield for å møte endrede kundepreferanser og nye moteuttrykk. Disse har raskt etablert seg som sterke bidragsytere i kjedene.

Wos Not Wos har på sin side utviklet seg til en tydelig merkevare i Decades, inspirert av Oslo og en urban fritidsstil. Merket appellerer til kunder som kombinerer storbyliv og friluftsliv, og som foretrekker en ungdommelig og funksjonell stil.

Alle VOICE-merkevarer designes og utvikles på Sagene i Oslo, i tett samarbeid med selskapets internasjonale produksjonspartnere.

JEAN  PAUL

HENRY CHOICE

vesbar


MR. CAPUCHIN

ALVO
SINCE 1930

MARIO CONTI

Mellowfield

WOS|NOT|WOS
OSLO

DONNA

REDFORD
SINCE 1986


Blu



VAVITE



Bærekraftsrapportering

SUSTAINABILITY STATEMENT

Kapittelet som følger inneholder VOICE bærekraftsrapportering i henhold til CSRD-rammeverket.

Generell informasjon

OM BÆREKRAFTSRAPPORTEN

Denne bærekraftsrapporten er utformet i henhold til EUs CSRD rammeverk. Dette er VOICE andre rapportering i henhold til dette rammeverket. Rammeverket er omfattende, og selv om det er gjort et betydelig arbeid med å følge dette kan feil forekomme. VOICE er ikke omfattet av lovkravet for rapportering etter CSRD, men anerkjenner betydningen av åpenhet og fordelene med en felles rapporteringsstandard. VOICE har derfor valgt å rapportere i henhold til CSRD rammeverket fra og med kalenderåret 2024.

Rapporten beskriver status for bærekraftsarbeidet i VOICE ved utgangen av kalenderåret 2025. Rapporteringsperioden er fra 1. januar til 31. desember. Relevante datauttrekk er gjort 31. desember 2025, eller så tett på denne datoen som mulig for å sikre representative data for rapporteringsåret.

Rapporten er basert på standarddefinisjonene for tidshorisont i CSRD både i gjennomføringen av den doble vesentlighetsanalysen og i rapporteringen.

TIDSHORISONTER I BÆREKRAFTSRAPPORTEN

Kort sikt = 1 år

Mellomlang sikt = 2-5 år

Lang sikt = Mer enn 5 år

KILDER OG HENVISNINGER

Datakilder og utregningsmetoder som ligger til grunn for denne rapporten er beskrevet i eget kapittel. Henvvisninger til eksterne rapporter og kilder er tilgjengelig som linker i den digitale versjonen av bærekraftsrapporten. Denne er tilgjengelig på www.voice.no.



VOICE BÆREKRAFTSTRATEGI



Bærekraft er en integrert del av VOICE virksomhetsstrategi, og en av tre prioriteringer i strategien. Virksomhetsstrategien retter særlig fokus mot å redusere VOICE klima- og miljøbelastning, og styrke arbeidsvilkår og -rettigheter i verdikjeden for klær. VOICE skal også styrke våre sentrale forretningsevner innen merkevarebygging, produktutvikling og omnikanal varehandel, og skape et skalerbart fundament for vekst.

Ambisjonen for bærekraftsarbeidet er å være 'best på det som teller mest'. Det innebærer at vårt bærekraftsarbeid skal være faglig basert og skal kunne gjennomføres i breddemarkedet for å ha størst mulig effekt. Sentralt i VOICE virksomhets- og bærekraftstrategi står det å tilby komfortable kvalitetsklær som blir likt av mange, har lang levetid og blir brukt lenge. Vi tror at et voksende segment ønsker slike merkevarer heller enn «fast fashion» og jobber strukturert med dette som utgangspunkt.

VOICE bærekraftsstrategi tar opp i seg prioriteringene i virksomhetsstrategien og tegner opp tre innsatsområder for å realisere disse. Strategien gjelder for perioden 2019-2025.

ANSVARLIG PRODUKSJON OG MERKEVARE

Omhandler tema og tiltak som skal sikre at VOICE kan levere trygge produkter av høy kvalitet til våre kunder, og at produktene er produsert med gode arbeidsforhold for menneskene som har sitt virke i ulike deler

av verdikjeden. Sentrale tiltak innenfor innsatsområdet er blant annet å sikre full sporbarhet fra råvare til endelig produkt, god innkjøpspraksis, strenge rutiner for kjemikaliekrav og -testing, og gode materialvalg. I tillegg skisserer området VOICE sine tiltak for å sikre gode arbeids- og lønnsforhold for arbeidere hos våre produksjonspartnere.

REDUSERT KLIMA- OG MILJØPÅVIRKNING

Omhandler tema og tiltak som skal bidra til kontinuerlig reduksjon av VOICE klima- og miljøpåvirkning. Dette inkluderer beskrivelser av hvordan VOICE skal sikre best mulig data om vår miljøpåvirkning gjennom hele verdikjeden, og med bakgrunn i disse identifisere og iverksette tiltak for størst mulig reduksjon i utslipp og annen miljøpåvirkning.

SIRKULÆRE LØSNINGER

Omhandler tema og tiltak som skal definere VOICE tilnærming til sirkularitet og sirkulær økonomi. Dette inkluderer beskrivelser av tiltak for mer sirkulært design, tilrettelegging for reparasjon og resirkulering, og utforskning av mulighetene i sirkulære forretningsmodeller for VOICE. Innsatsområdet henger tett sammen med redusert klima- og miljøpåvirkning. VOICE vil i løpet av 2026 revidere både selskapets virksomhetsstrategi og bærekraftsstrategi, og beslutte gjeldende mål og satsingsområder for perioden frem mot 2030.



Verdikjeden og leverandørene

VOICE sin verdikjede er kompleks og sammensatt. I vår retailvirksomhet har VOICE kontroll over butikkdrift, logistikk og kundekommunikasjon. VOICE eier og drifter selv våre 211 butikker og har dermed direkte påvirkning på, og styring av, disse. Alle VOICE butikker ligger i Norge, og sentrallageret ligger på Tuen utenfor Lillestrøm. VOICE har også direkte kundekontakt gjennom våre tre kjeder og markedsføringen som utføres av disse, og av enkelte merkevarer direkte.

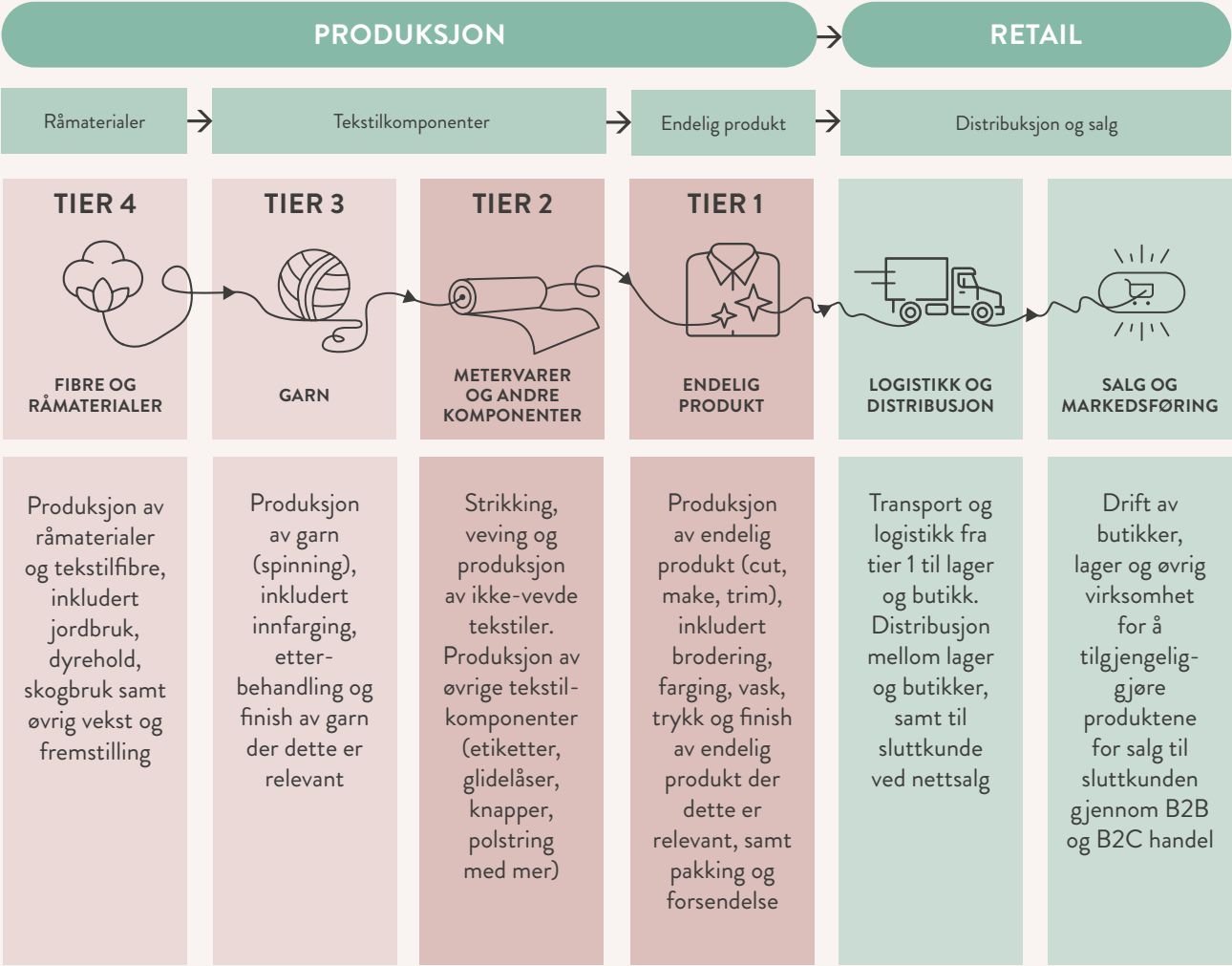
Med hensyn til vareproduksjonen er situasjonen mer kompleks. VOICE eier ingen egne fabrikker, men jobber med produksjonspartnere, fortrinnsvis i Asia. VOICE viktigste produksjonsland i 2025 var Kina, Bangladesh og Tyrkia. Produktene under VOICE sine merkevarer ble i 2025 produsert av totalt 82 fabrikker. Av disse ligger 78% i Kina, mens Bangladesh og Tyrkia stod for henholdsvis 11% og 4% av leverandørporteføljen. De resterende 7% fordeles mellom India, Pakistan, Sverige og Egypt.

Det totale antallet produksjonsfabrikker er redusert fra 94 i 2024. Dette har sammenheng med en konsolidering av leverandører for å sikre en mer effektiv og håndterbar leverandørportefølje. VOICE har også innledet samarbeid med én ny produksjonspartner i Egypt i 2025. Egypt kom dermed inn som et nytt produksjonsland i året som gikk.

Stoffmaterialer, garn og komponenter kjøpes inn av VOICE sine produksjonspartnere etter VOICE spesifikasjoner. VOICE har dermed som hovedregel ikke direkte relasjon med garn- og stoffprodusenter, men påvirker gjennom spesifisering av underleverandører. Med hensyn til råvareleddet benytter VOICE så langt som mulig sertifiseringsordninger som sikrer sporbarhet rundt opphav og produksjonsforhold for de ulike råvarene.

Leverandørbasen speiler de ulike produksjonsbehovene VOICE har, og hvor den nødvendige kompetansen og kapasiteten finnes for å produsere ulike varer. Bangladesh kjennetegnes eksempelvis av større vertikale fabrikker der en rekke produksjonsprosesser samlokaliseres. Kina 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 115 i Kina til 4800 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.

VERDIKJEDEN FOR PRODUKSJON OG SALG AV KLÆR





Med hensyn til bærekraft er det vesentlige utfordringer knyttet til de sosiale og miljømessige forholdene i produksjonslandene VOICE samarbeider med. VOICE har derfor etablert et omfattende system for å stille krav til, følge opp, kontrollere og samarbeide med våre produksjonspartnere om forbedringer på identifiserte risiko-områder. Alle produsenter må signere på VOICE

etiske retningslinjer og kjemikaliekontrakt, og gjennomgå en uavhengig tredjepartsinspeksjon før avtale om produksjon kan inngås. VOICE gjennomfører også løpende aktsomhetsvurderinger, i tillegg til strukturerte kontroller av våre produsenter og produkter, for å sikre at alle krav knyttet til kvalitet, sikkerhet, kjemikalier, og sosiale og miljømessige forhold etterleves.

Organisering av bærekraft

VOICE VIRKSOMHETSSTRUKTUR

VOICE er organisert for å best mulig understøtte utførelsen av virksomhetens sentrale virksomhetsområder, med egne avdelinger for produkt- og merkevareutvikling (Brands), butikkdrift (Retail) og logistikk, vareflyt, sourcing, bærekraft og IT (Operations). I tillegg er viktige støttefunksjoner etablert for å levere på tvers av øvrige virksomhetsområder med egne avdelinger for HR og Økonomi.

Avdelingen Operations ble etablert i 2025 for å samle de operative funksjonene i en og samme avdeling for mer effektiv oppgaveløsning og utvikling. Avdeling for Strategi- og forretningsutvikling ble avviklet i 2025, og oppgavene integrert i andre avdelinger.

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

VOICE styre har ansvar for å føre tilsyn med daglig ledelse og gi føringer for virksomhetens strategi, drift, utvikling og resultatoppnåelse. VOICE har ingen insentiv- eller lønnsordninger knyttet til virksomhetens bærekraftsprestasjoner. Styret bestod i 2025 av to representanter valgt av eier, samt to ansattrepresentanter valgt av og blant selskapets ansatte.



Administrerende
direktør
Johnny Ottesen



Økonomi
Sara André-Johansen



Retail
Lise Falkenberg



Operations
Petter Nyheim Larsen



Brands
Marie H. Haavardsholm



HR og kommunikasjon
Ole Kristian Lindseth

Ledergruppen per 31. desember 2025





VOICE BÆREKRAFTSAVDELING

Ansaret for den daglige ledelsen av bærekraftsarbeidet i VOICE er plassert hos leder for bærekraft. Bærekraftsavdelingen består videre av 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.

Bærekraftsavdelingen har ansvar for å utføre risikokartlegging, aktsomhetsvurderinger og vesentlighetsvurdering, utforme og oppdatere VOICE klimaregnskap, føre kontroll med leverandørers etterlevelse av VOICE krav og retningslinjer, lede prosjekter og tiltak på bærekraftsområdet, drive internopplæring og utforme VOICE bærekraftsrapport.

VOICE LEDERGRUPPE

Ledergruppen har ansvar for å vedta overordnede strategier, føringer og mål for bærekraftsarbeidet, deriblant VOICE bærekraftsstrategi og klimastrategi. Ledergruppen vedtar også virksomhetens operative policyer, inkludert

policyer som omhandler bærekraftsområdet, deriblant VOICE reisepolicy, dyrevelferdspolicy, retningslinjer for leverandører mv.

Leder for bærekraft presenterer jevnlig oppdateringer om virksomhetens resultatoppnåelse knyttet til bærekraftsområdet, og fasiliteter diskusjoner, innspill og avklaringer rundt VOICE aktsomhetsvurderinger og vesentlighetsvurdering minimum årlig. Aktuelle oppdateringer og saker som ellers dukker opp tas opp i ledergruppen av direktør for Operations med støtte fra leder for bærekraft ved behov.

VOICE STYRE

Styret har ansvar for å vedta prinsipielle policyer for virksomheten, også på bærekraftsområdet. Styret vedtar VOICE policy for bærekraftig forretningspraksis, GDPR policy, antikorrupsjonspolicy mv. Styret reviderer, godkjenner og signerer også på VOICE sin bærekraftsrapport og redegjørelse for aktsomhetsvurderinger.

Styret mottar oppdateringer om VOICE resultatoppnåelse knyttet til bærekraftsområdet fra daglig leder minimum årlig. Leder for bærekraft presenterer status, fremdrift og tema på bærekraftsområdet for styret ved behov.

Interessentdialog og involvering

VOICE har en mange interessenter på ulike nivåer. Det er stor interesse for tekstil- og motefeltet i offentligheten. Dette innebærer stor interesse fra både miljø- og interesseorganisasjoner, forbrukerorganisasjoner, myndigheter og media. Samtidig er verdikjeden for klesproduksjon kompleks og vidtrekkende. Hovedvekten av tekstilproduksjonen foregår i Asia, mens råvareproduksjonen er global. Som konsekvens av dette har VOICE også interesse fra råvareprodusenter/bønder, eiere av og arbeidere ved klesfabrikkene VOICE benytter, og lokale myndigheter og fagforeninger i produksjonslandene.

VOICE søker aktivt dialog med og innspill fra ulike interessenter både gjennom løpende dialog med og informasjonsinnhenting fra ulike organisasjoner, leverandører, kunder, arbeidere og fagmiljøer. Det er også opprettet en egen e-postadresse, barekraft@voice.no, hvor alle kan henvende seg til VOICE med sine spørsmål og innspill om vårt arbeid med bærekraft og ansvarlighet. Dette kommer i tillegg til våre ordinære kundeservicekanaler som også er trent i å ta imot og svare ut spørsmål knyttet til bærekraft, eller videreformidle henvendelser ved behov. En dyptgående interessentkartlegging ble gjennomført i 2024, som resulterte i interessentkartet som vist til høyre.

Interessentkartleggingen er siden fulgt opp med en gjennomgang av faktisk interessentdialog og informasjonsinnhenting i gjennomføringen av den doble vesentlighetsanalysen.

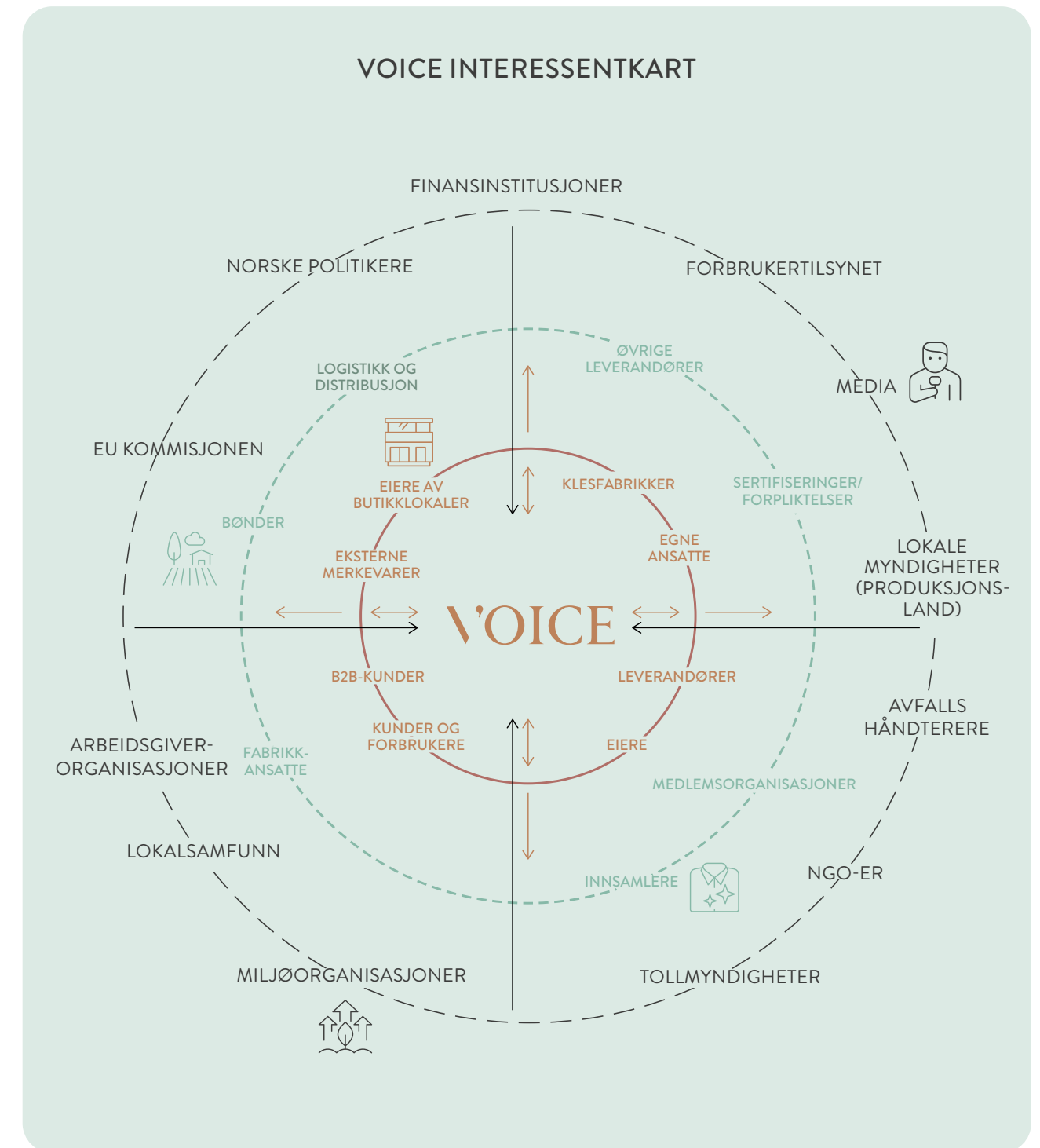
På overordnet nivå kan VOICE interessenter deles inn i følgende kategorier:

KUNDER

Interaksjonen med VOICE kunder skjer fortrinnsvis gjennom kundemøtet i våre 211 butikker, og gjennom våre kanaler for kundeservice i nettbutikkene, og gjennom mailadressen barekraft@voice.no. Tilbakemeldinger om hva kundene er opptatt av samles blant annet inn via våre butikkansatte i egne undersøkelser. Det ble også gjennomført en egen kundeundersøkelse om bærekraft 2024. Kundene er opptatt av produktkvalitet, produktenes miljøavtrykk, arbeidsforhold i produksjonen og informasjon om produksjonssted.

LEVERANDØRER

VOICE har løpende dialog og interaksjon med våre leverandører. Mye av dialogen skjer i forbindelse med ordrelegging, og i den kontinuerlige oppfølgingen av leverandørenes etterlevelse av VOICE krav til produktkvalitet, arbeidsforhold, miljøstyring og kjemikaliebruk. Dialogen skjer både på e-post, og i fysiske og digitale møter. Det gjennomføres også årlige



anonyme leverandørundersøkelser gjennom [Better Buying](#). Leverandørene er opptatt av forutsigbarhet, ansvarlig innkjøpspraksis og sosiale forhold i produksjonen, og i økende grad produksjonens miljø- og klimapåvirkning og muligheter for utslippsreduksjon.

ANSATTE I EGEN VIRKSOMHET

VOICE gjennomfører en årlig anonym medarbeiderundersøkelse som sendes ut til alle ansatte. Undersøkelsen gjennomføres av [B2S Research](#) og muliggjør sammenlikning mot andre aktører i Norge. Det ble også gjennomført en egen spørreundersøkelse om bærekraft blant ansatte i VOICE i 2024. Ansatte mottar også jevnlig informasjon om bærekraftsarbeidet på virksomhetens intranett, og oppfordres til å sende inn spørsmål og innspill til mailadressen barekraft@voice.no. VOICE ansatte er opptatt av produktkvalitet, materialvalg, arbeidsforhold i produksjonen, klimautslipp og miljøpåvirkning.

ARBEIDERE I VERDIKJEDEN

Perspektivene til arbeidere i verdikjeden innhentes via flere kanaler. I gjennomføringen av påkrevde fabrikkinspeksjoner står intervjuer med fabrikkarbeidere sentralt for å innhente informasjon og perspektiver om forholdene i produksjonen. VOICE er også medlem av International Accord, og mottar fortløpende

rapporter om innkomne klager som er meldt inn gjennom deres klagemekanisme. VOICE etterstreber videre å etablere og ha kontakt og dialog med relevante fagforeninger og arbeiderrepresentanter. Slik dialog skjer fortrinnsvis gjennom VOICE medlemskap i organisasjoner som Etisk Handel Norge, som blant annet fasiliteter møter mellom sine medlemmer og fagforeningsrepresentanter i relevante produksjonsland. VOICE innhenter også interessentperspektiver fra arbeidere i verdikjeden via rapporter fra organisasjoner som International Trade Union Confederation, Transparency International, WWF og WRI. Arbeidere i verdikjeden er opptatt av arbeidsforhold i produksjonen, retten til fagorganisering, trygge arbeidsplasser og lønn.

INTERESSEORGANISASJONER OG MEDIA

VOICE søker en tett dialog med relevante interesseorganisasjoner, og åpenhet i møte med forespørsler fra media. De seneste årene har VOICE hatt en aktiv deltakelse i relevante fora hvor bærekraft og klær diskuteres. Blant annet har VOICE administrerende direktør og leder for bærekraft deltatt i panelsamtaler under Arendalsuka både i 2023 og 2024. VOICE har videre tatt initiativ til og gjennomført egne møter med blant andre Framtiden i våre hender

og Klesforskningsgruppa ved SIFO. VOICE har også svart utfyllende på informasjonsforespørsler fra interesseorganisasjoner og media. Interesseorganisasjoner og media er opptatt av klimautslipp, overforbruk, mikroplast og arbeidsforhold i verdikjeden.

OFFENTLIGE MYNDIGHETER

VOICE ønsker en aktiv og åpen dialog med offentlige myndigheter, og søker aktivt innspill når dette er relevant. VOICE deltar blant annet gjennom medlemskapet i [Virke](#) i jevnlig møter i deres miljøforum for tekstilaktører hvor bransjeaktørene sammen deler kunnskap og utfordringer knyttet til miljø, bærekraft og tekstiler, som grunnlag for at Virke kan ta del i myndighetsdialog om aktuelle reguleringer og politikkutforming. VOICE har også tatt imot politikere for omvisning og diskusjon i egne lokaler, og bidratt i et seminar om klær og tekstiler for stortingspolitikere på Stortinget i 2023. Det er videre rettet konkrete henvendelser til Forbrukertilsynet for å be om innspill på VOICE tilnærming til kundekommunikasjon om bærekraft. Offentlige myndigheter er opptatt av forutsigbarhet, arbeidsforhold i produksjonen, åpenhet, klimautslipp og avfall.

Aktsomhetsvurderinger

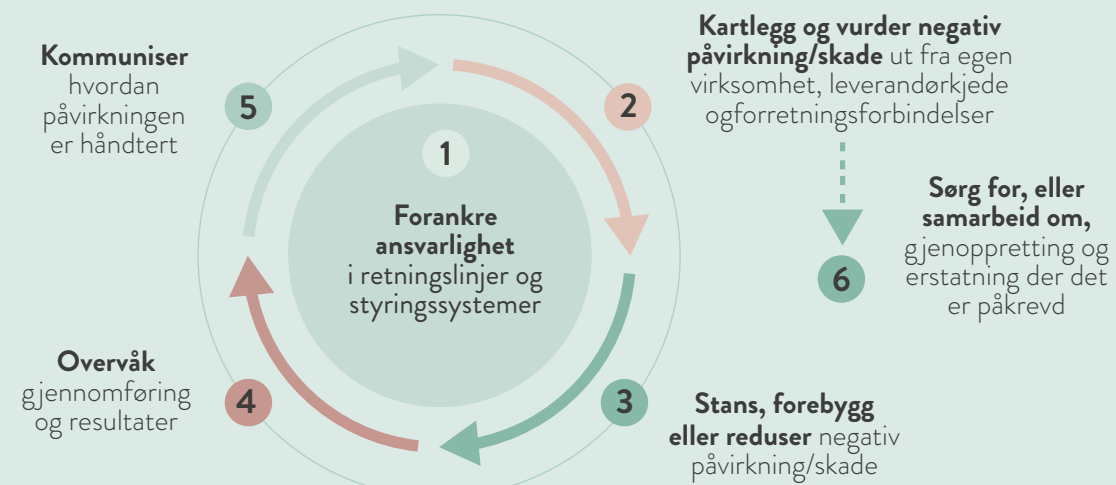
VOICE gjennomfører løpende aktsomhetsvurderinger i tråd med OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv. Dette innebærer at VOICE følger modellen for aktsomhetsvurderinger som beskrevet i veilederen, og jobber kontinuerlig med å forankre, kartlegge, forebygge, avbøte og redegjøre for hvordan vi håndterer faktiske og potensielle negative konsekvenser av vår egen virksomhet, leverandørkjede og våre forretningsforbindelsers virksomhet.

VOICE prinsipper for ansvarlig forretningspraksis er beskrevet i egne retningslinjer og tilgjengelig for alle ansatte i virksomhetens digitale personalhåndbok. Det er også etablert egne digitale opplæringsmoduler i retningslinjene for ansatte i VOICE. Retningslinjene inkluderer også våre leverandørkrav. Alle leverandører må signere på VOICE retningslinjer og etiske standarder. Det er utviklet en egen leverandørhåndbok for å veilede leverandørene og sikre etterlevelse av VOICE retningslinjer og krav.

VOICE POLICYER OG RETNINGSLINJER FOR ANSVARLIGHET

- 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 policy for dyrevelferd
- VOICE restriksjonsliste for kjemikalier

AKTSOMHETSVURDERINGSPROSESSEN



Kilde: OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv.

Kartlegging av prioritering av risiko i verdikjeden skjer gjennom kontinuerlig innhenting av informasjon om forholdene ved VOICE produksjonspartnere, samt gjennom sammenstilling av generell informasjon om land- og industririsiko fra aktører som Etisk Handel, WRI, Transparency International med flere. Informasjonen sammenstilles i en risikomatrix som oppdateres hvert kvartal. Basert på risikobildet iverksettes nødvendige forbedringstiltak for å redusere risiko og påvirkning så langt som mulig. Tiltak iverksettes også umiddelbart dersom risiko eller negativ påvirkning identifiseres

i gjennomføringen av inspeksjoner av våre produksjonspartnere, eller VOICE mottar varsel om forhold som bryter med våre krav og retningslinjer.

Informasjon om VOICE arbeid med aktsomhetsvurderinger, inkludert informasjon om iverksatte tiltak og effektene av disse, kommuniseres i VOICE redegjørelse for aktsomhetsvurderinger. Redegjørelsen er et selvstendig dokument som publiseres på våre hjemmesider årlig, i tråd med kravene i åpenhetsloven. Redegjørelsen kan leses her: <https://www.voice.no/samfunnsansvar/>.

Dobbel vesentlighetsananlyse

VOICE har gjennomført en dobbel vesentlighetsanalyse vinteren 2024. Analysen er gjennomført i samsvar med EFRAGs retningslinjer med ekstern konsulentbistand, og dekker bredden av VOICE virksomhet og interaksjon med verdikjeden. Leder for bærekraft har vært prosjektleder og hatt ansvar for å sammenstille resultatene av analysene og legge til rette for diskusjoner og verifisering av resultatet i VOICE ledergruppe. Det ble også nedsatt en styringsgruppe bestående av VOICE økonomisjef og en intern HR-konsulent for å kvalitetssikre arbeidet. Resultatene av vesentlighetsanalysen er diskutert og godkjent i VOICE ledergruppe i mars 2025.

I gjennomføringen av vesentlighetsanalysen er det gjennomført to interne workshops for å identifisere påvirkninger, risikoer og muligheter i relasjon til bærekraftstemaene i CSRD. I workshopen deltok medarbeidere på ulike nivåer fra alle deler av den sentrale virksomheten inkludert HR, økonomi, bærekraft, brands, retail og supply chain. I etterkant av workshopene er alle identifiserte påvirkninger, risikoer og muligheter vurdert og gitt en score. Dette arbeidet ble ledet av styringsgruppen, som har trukket inn relevante medarbeidere fra økonomiavdelingen, HR-avdelingen og bærekraftsavdelingen for å sikre rett kompetanse i vurderingene.

Vesentlighetsanalysen baserer seg på allerede gjennomført og kontinuerlig interessedialog som beskrevet i eget avsnitt.

VESENTLIGE TEMAER FOR VOICE		
ESG tema	CSRD tema	CSRD undertema
MILJØ	Klimaendringer	• Klimagasser og utslippsreduksjon • Energi
	Forurensning	• Luftforurensning • Mikroplast
	Vann og marine ressurser	• Vann
	Ressursbruk og sirkulærøkonomi	• Inngående ressurser, inkludert ressursbruk • Avfall
SOSIAL	Egen arbeidsstyrke	• Arbeidsforhold • Lik behandling og like muligheter for alle • Andre
	Arbeidere i verdikjeden	• Arbeidsforhold • Lik behandling og like muligheter for alle • Andre
STYRING	Forretningsetikk	• Vern mot gjengjeldelse for varslere • Forvaltning av relasjoner med leverandører • Korrupsjon og bestikkelser

Miljø

Redusert klima- og miljøpåvirkning er et strategisk område i VOICE som har fått økt betydning de siste årene. Produksjon av klær er en ressurskrevende og energiintensiv prosess.

Med en omfattende verdikjede og bredt produktsortiment, er det avgjørende for oss å måle og forstå vår miljøpåvirkning, spesielt knyttet til klimautslipp. De siste årene har VOICE intensivert arbeidet på dette området ved å etablere et klimaregnskap, utvikle en klimastrategi for VOICE og ansette en bærekraftsrådgiver med ansvar for klima og miljø.

VOICE benytter seg av verktøyene Higg FEM og amfori BEPI for å for å overvåke miljøpåvirkningen til våre produksjonspartnere. Verktøyene evaluerer fabrikkene innenfor en rekke miljøområder, deriblant miljøstyring,

energi- og klimatiltak, luftutslipp, vann- og avløpshåndtering, kjemikaliebruk, avfallshåndtering, biologisk mangfold og negative påvirkninger på lokalmiljøet. En kombinasjon av egenrapportert informasjon og tredjepartsverifisert informasjon danner grunnlaget for VOICE sin kunnskap om miljøpåvirkningen på fabrikknivå i egen leverandørkjede. I kombinasjon med ytterligere risikokartlegging basert på eksterne kilder og VOICE sine egne fabrikkbesøk danner dette grunnlaget for kvalifisering av leverandører, iverksetting av forbedringstiltak, og avslutning av leverandørforhold når det er nødvendig.

VOICE vesentlighetsanalyse indikerer flere vesentlige temaer knyttet til klima og miljø i verdikjeden. Disse er beskrevet og rapportert på sidene som følger.

MILJØMESSIG BÆREKRAFT

Tema	Undertema	Kontekst i verdikjeden
Klimaendringer	• Klimagasser og utslippsreduksjon • Energi	VOICE har et helhetlig perspektiv på å sikre redusert klima- og miljøpåvirkning i verdikjeden. Dette inkluderer kontinuerlig forbedring av sporbarhet og data, tett oppfølging av våre leverandører, miljøhensyn i lokal drift, ansvarlige material- og fibervalg, samt designprosesser som sikrer god kvalitet og holdbarhet.
Forurensning	• Luftforurensning • Mikroplast	
Vann og marine ressurser	• Vann	
Ressursbruk og sirkulærøkonomi	• Inngående ressurser, inkludert ressursbruk • Avfall	



Klimaendringer

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. Produksjon av klær er en ressurs- og energiintensiv prosess som fører til betydelige utslipp. Over 90% av utslippene til VOICE stammer fra produksjonen av produktene vi selger. Verdikjeden for tekstiler er kompleks og strekker seg fra landbruk, utvinning av fossile råvarer og dyrehold, til produksjon av stoffmaterialer og andre komponenter, samt 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. Våre mål er satt for å være i tråd med EU sine reduksjonsmål og forpliktelsene satt i Parisavtalen om å begrense global oppvarming til 1,5°C.

VOICE er medlem av [The Scandinavian Textile](#)

Initiative for Climate Action (STICA). I STICA samarbeider vi med andre nordiske tekstilaktører for å begrense våre klimautslipp i tråd med FNs Klimakonvensjon og Parisavtalen. Som en del av vårt engasjement i STICA har VOICE forpliktet seg til å sette vitenskapsbaserte mål for utslippsreduksjon, rapportere våre utslipp årlig, og iverksette målrettede tiltak for å kutte utslipp gjennom hele vår verdikjede.

Med utgangspunkt i VOICE klimaregnskap ble VOICE klimastrategi etablert i 2023. Strategien har definerte mål og tiltak for utslippsreduksjon i scope 1, 2 og 3. Målene er basert på metodologi og kriterier fra Science Based Targets Initiative (SBTi). VOICE har i 2025 startet prosessen med å verifisere at våre mål og planer for utslippsreduksjon er i tråd med standardene i SBTi gjennom å utarbeide et veikart for utslippsreduksjon. Målene og veikartet vil meldes inn til SBTi for verifisering i løpet av 2026.

VOICE PRIORITERTE KLIMAMÅL

- 2025** • 100% reduksjon i utslipp fra egen virksomhet (Scope 1 og 2).
- 2030** • 55% reduksjon i utslippsintensitet relativt til omsetning fra Scope 3.
 - 55% reduksjon i utslippsintensitet fra produksjon av egne merkevarer.
 - 40% reduksjon i utslipp fra innkjøp av eksterne varer og -tjenester.
 - 30% reduksjon i transportrelaterte utslipp.
- 2050** • Netto null utslipp (i tråd med SBTi-kriterier).

KORTSIKTIG - LANGSIKTIG

KLIMATILTAK OPPSUMMERT				
SCOPE: 1 2 3				
VARER OG TJENESTER	TRANSPORT	ENERGI	STYRING OG STRATEGI	MATERIALER
Stille klimakrav ved innkjøp av eksterne varer og -tjenester 3	Forby varetransport med fly 3	Øke energi-effektivisering i Norge 2	Videreutvikle klima-regnskap 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	Insentivere energisparing og energiomlegging hos produsenter 3	Tilpasse interne prosesser med relevante direktiver og reguleringer som vedtas av EU og Norge 1 2 3	Redusere bruk av utslippsintensive fibre og materialer 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

Første delmål i VOICE sin klimastrategi er å redusere virksomhetens direkte utslipp med 100% innen 2025. Ved utgangen av 2025 er alle firmabiler byttet ut med nullutslippskjøretøy og det er kjøpt opprinnelsesgarantier for strøm. Opprinnelsesgarantiene garanterer at strømmen kommer fra fornybare kilder. Fra og med 2026 vil VOICE dermed ha realisert målet om 100% reduksjon i utslipp fra egen virksomhet i tråd med klimastrategien.

Innen utgangen av 2030 har VOICE mål om 55% reduksjon i utslippsintensitet relativt til omsetning. For å oppnå dette er det behov for betydelig økt kunnskap om utslipp i verdikjeden, om produkt- og materialrelaterte utslipp, bedre utslippsdata fra eksterne leverandører av varer og tjenester, og sirkulære forretningsmodeller. Ved utgangen av 2025 har VOICE redusert utslippene med 25% siden 2021 relativt til virksomhetens omsetning.

Innen utgangen av 2050 har VOICE mål om netto null utslipp. For å realisere dette forutsettes det SBTi verifisering av virksomhetens klimamål, omfattende bruk av råvarer og tekstilmaterialer produsert med lavere utslipp, utvikling av energieffektive produksjonsprosesser som benytter fornybar energi i stort omfang, og videre utvikling av sirkulære forretningsmodeller. For å realisere målet om netto null utslipp vil det også være

nødvendig med utslippskompenserende tiltak gitt nåværende forutsetninger.

Majoriteten av VOICE sine utslipp kommer fra produksjonen av våre produkter. Før produksjonsavtaler blir inngått med leverandører krever VOICE at våre minstekrav må være oppfylt av leverandøren, og at de signerer på VOICE sine krav og retningslinjer for leverandører. Herunder finnes det krav om at leverandører skal jobbe med å redusere miljøpåvirkning i verdikjeden. Det skal gjennomføres tiltak for å minimere klimagassutslipp, lokal forurensing, bruk av skadelige kjemikalier og sprøytemidler, og sikre bærekraftig ressursbruk som tar i betraktning hav, skog, land og bevaring av biologisk mangfold.

Samtidig krever klimastrategien at VOICE aktivt iverksetter tiltak for å drive utslippsreduksjon i verdikjeden. Som et første ledd i dette ble det i 2025 iverksatt et miljøprosjekt på to utvalgte produksjonsfabrikker i Kina. Prosjektet gir fabrikkledelsen opplæring i klima- og miljøtemaer, inkludert en konkret gjennomgang på fabrikken med en miljøingeniør, og har som mål å støtte fabrikkene i å etablere egne handlingsplaner og målsetninger for utslippsreduksjon.

VOICE sin interne miljøpolicy oppdateres årlig. I denne finner VOICE ansatte retningslinjer for produktutvikling og innkjøp, energi, avfall, transport, logistikk og reiser. Retningslinjene setter

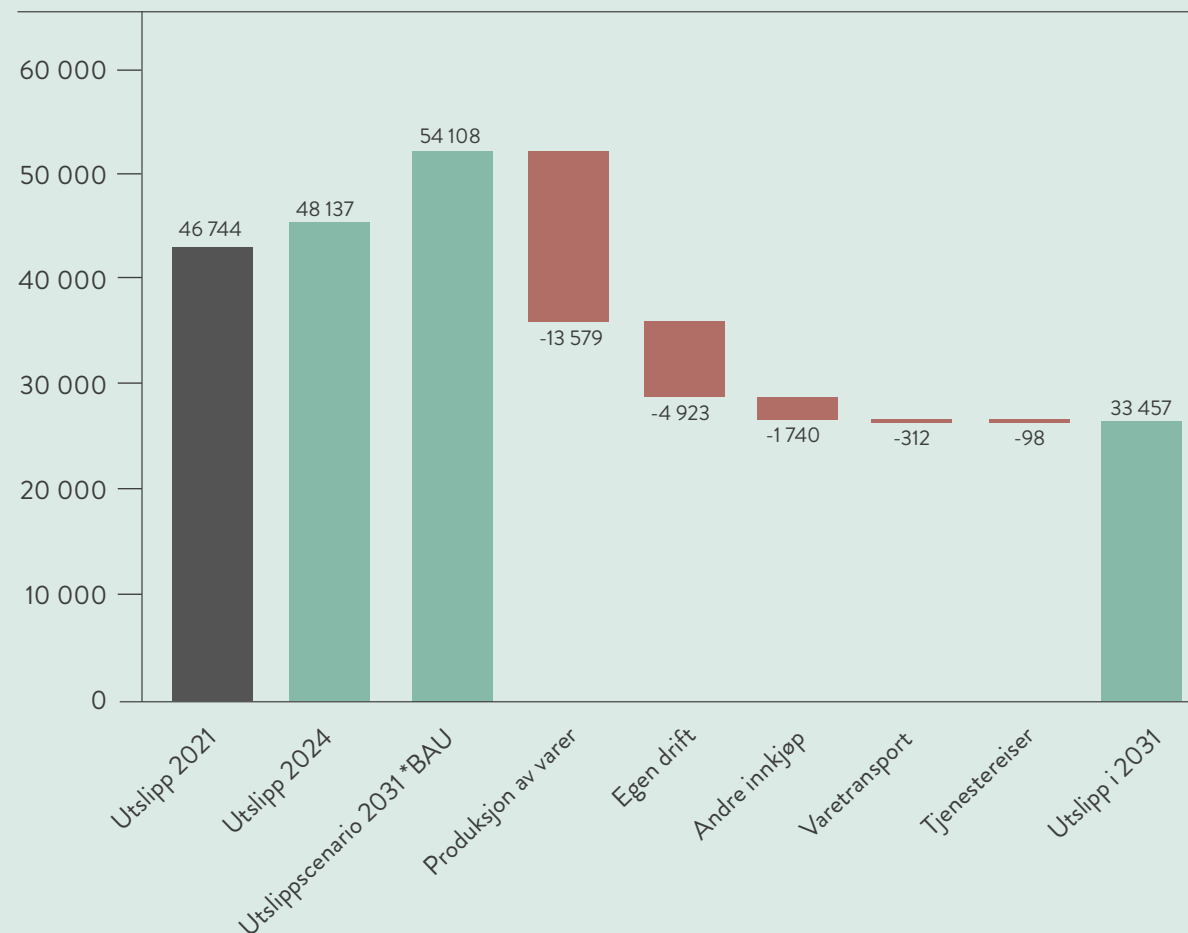
føringer som bidrar til å redusere vårt miljøavtrykk i virksomhetens ulike driftsområder. I miljøpolicyen settes også konkrete miljømål for nåværende og kommende år.

For å håndtere klimautfordringene er det avgjørende å iverksette målrettede og effektive tiltak for å redusere utslipp. VOICE sin tilnærming til utslippsreduksjon har tre horisonter: kortsiktige, mellomlangsiktige, og langsiktige tiltak. En slik kategorisering sikrer at virksomheten kan oppnå umiddelbare forbedringer og samtidig legge grunnlaget for riktig utvikling i årene som kommer. En omfattende tiltaksliste er vedtatt av VOICE ledergruppe og styret.

I 2025 har VOICE utarbeidet et veikart for utslippsreduksjon i tråd med SBTi kriterier. Veikartet tar utgangspunkt i VOICE klimastrategi og kvantifiserer forventet utslippsreduksjon av beskrevne utslippsreduksjonstiltak. Beregningene i veikartet viser god progresjon mot målene i klimastrategien. Valg av råvarer med lavere utslipp, deriblant resirkulerte fibre, og omstilling til energieffektive produksjonsprosesser og fornybar energi i tekstilproduksjonen vil bidra til betydelig utslippsreduksjon i produksjonen av varer. Nullutslippskjøretøy og innkjøp av fornybar energi bidrar med vesentlig utslippsreduksjon i egen drift. Miljøkrav ved andre innkjøp samt generell effektivisering av varetransporten vil også bidra til reduserte utslipp.

VEIKART FOR UTSLIPPSREDUKSJON

Effekt av tiltak per utslippskategori innen 2031



*BAU - Business as Usual = Utslippscenario for 2031 uten ytterligere miljøtiltak

**Veikartet er utarbeidet høsten 2025 med utgangspunkt i klimaregnskapet for 2024.

***Modellen er beregnet med utgangspunkt i en estimert omsetning på 3200 mNOK i 2031.



TILTAK MED STØRST BIDRAG TIL UTSLIPPSREDUKSJON

1. Skifte fra konvensjonelle fibre til resirkulerte fibre og andre fiberalternativer med lavere utslipp
2. Energiomstilling og energieffektivisering blant produsenter.
3. Kjøpe fornybar strøm for egen drift.

KLIMAGASSER OG UTSLIPPSREDUKSJON

VOICE klimaregnskap benytter 2021 som referanseår i arbeidet med utslippsreduksjon. Klimaregnskapet utarbeides årlig, noe som muliggjør evaluering av virksomhetens progresjon og utvikling i aktivitets- og driftsrelaterte utslipp.

Klimaregnskapet er basert på den internasjonale standarden utviklet av Greenhouse Gas Protocol som er den mest anerkjente standarden for å måle en virksomhets klimagassutslipp. Metoden skiller mellom operasjonell og finansiell kontroll. VOICE klimaregnskap er beregnet med utgangspunkt i operasjonell kontroll. Klimaregnskapet omfatter dermed utslippskilder VOICE kontrollerer, men ikke nødvendigvis eier. Dette inkluderer blant annet utslipp fra produksjonen av klærne som selges i våre butikker, samt strømforbruket fra leide butikklokaler.

I VOICE håndteres et bredt spekter av utslipp, både utslipp under virksomhetens direkte kontroll, og utslipp utenfor virksomhetens direkte kontroll. Utslipp relatert til reisevalg, kjøretøyvalg, og strømforbruk på hovedlager og hovedkontor utgjør VOICE sine direkte utslipp. Utslippskategorier utenfor VOICE sin umiddelbare kontroll vil kreve samarbeid med våre interessenter for å oppnå ønsket utslippsreduksjon.

SCOPES

I et klimaregnskap skiller vi mellom ulike typer utslipp. Disse er kategorisert i tre Scopes, forklart nedenfor.

Scope 1

Direkte utslipp

Firmabiler (fossilt drivstoff)



Scope 2

Indirekte energiutslipp

Firmabiler (elektrisk drivstoff)



Elektrisitet hovedkontor, lager og butikker



Scope 3

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



Tjenestereiser



Driftstjenester (varer og tjenester)



Avfall



Drivstoff og energi



RETROSPEKTIVT					MILEPÆLER OG MÅL			
	Referanseår (2021)	2024	2025	Endring 2021-2025	2025	2031	2050	Årlig % mål / referanseår
Scope 1 GHG -utslipp								
Brutto scope 1 GHG -utslipp (tCO2e)	41,3	15,2	20,1	-51 %	0	–	–	–
Prosent av Scope 1 fra et regulert kvotehandelssystem	0	0	0	0	–	–	–	–
Scope 2 GHG -utslipp								
Brutto lokasjonsbasert Scope 2 GHG-utslipp (tCO2e)	54,4	113,5	90,0	65 %	–	–	–	–
Brutto markedsbasert Scope 2 GHG-utslipp (tCO2e)	2 732,4	4 533,3	0,0	-100 %	-100 %	–	–	–
Signifikante Scope 3 GHG-utslipp								
Totalt Brutto indirekte (Scope 3) GHG-utslipp (tCO2e)	43 608,7	42 383,4	43 045,5	-1 %	–	34 419,8	–	-2,6 %
1 Innkjøp av varer og tjenester	42 430,3	41 359,9	42 020,3	-1 %	–	33 489,7	–	-2,6 %
3 Utslipp relatert til energiproduksjon	11,2	52,9	56,3	403 %	–	–	–	–
4 Oppstrøms (innkjøpt) transport og distribusjon	1 104,9	699,7	707,8	-36 %	–	773,4	–	-3,9 %
5 Avfallshåndtering	23,9	12,2	9,6	-60 %	–	–	–	–
6 Tjenestereiser	38,4	258,7	251,5	555 %	–	–	–	–
Totalt GHG-utslipp								
Totalt GHG-utslipp (lokasjonsbasert) (tCO2e)	43 704,4	42 512,1	43 155,6	-1 %	–	–	Netto null	–
Totalt GHG-utslipp (markedsbasert) (tCO2e)	46 382,4	46 931,9	43 065,6	-7 %	–	–	Netto null	–

tCO2e = tonn CO2-ekvivalenter * Innen utgangen av 2030 har VOICE mål om 55 % reduksjon i utslippsintensitet relativ til omsetning.
For å estimere forventet utslippsnivå i 2030 er det tatt utgangspunkt i en omsetning på 3200 mNOK i 2030. ** Følgende utslippskategorier er ekskludert fra klimaregnskapet som følge av at VOICE ikke har aktivitet i kategorien: (2) Anleggsmidler, (8) Leide lokaler og utstyr, (9) Nedstrøms transport og distribusjon, (10) Prosessering av solgte produkter, (13) Utleide lokaler og utstyr, (14) Franchiser, (15) Investeringer.

FORKLARING PÅ VESENTLIGE ENDRINGER I UTSLIPP PER UTSLIPPSKATEGORI I 2025

SCOPE 1 - DRIVSTOFF

I 2025 besto bilparken kun av elbiler og hybridbiler. Fra 1. januar 2026 er alle firmabiler elbiler.

SCOPE 2 - ELEKTRISITET

All strøm var i 2025 dekket av enten opprinnelsesgarantier eller egenprodusert strøm fra solceller.

SCOPE 3 - EGNE MERKEVARER

Økt mengde innkjøpte fiber fra 2021 til 2025 med 11,7%. Økningen i utslipp er likevel kun 2,8% da andelen foretrukne fibre er økt.

SCOPE 3 - EKSTERNE MERKEVARER

Reduserte innkjøp av eksterne merkevarer.

SCOPE 3 - DRIFTSTJENESTER OG -VARER

Endring i enkelte utslippsfaktorer for å bedre speile de konkrete driftsrelaterte innkjøpene. Utslippsfaktorene justeres også årlig i tråd med utviklingen i den globale økonomien, valutakurser med mer.

SCOPE 3 - DRIVSTOFF OG ENERGI

Økning i strømforbruk for butikkene som følge av etablering av nye butikker.



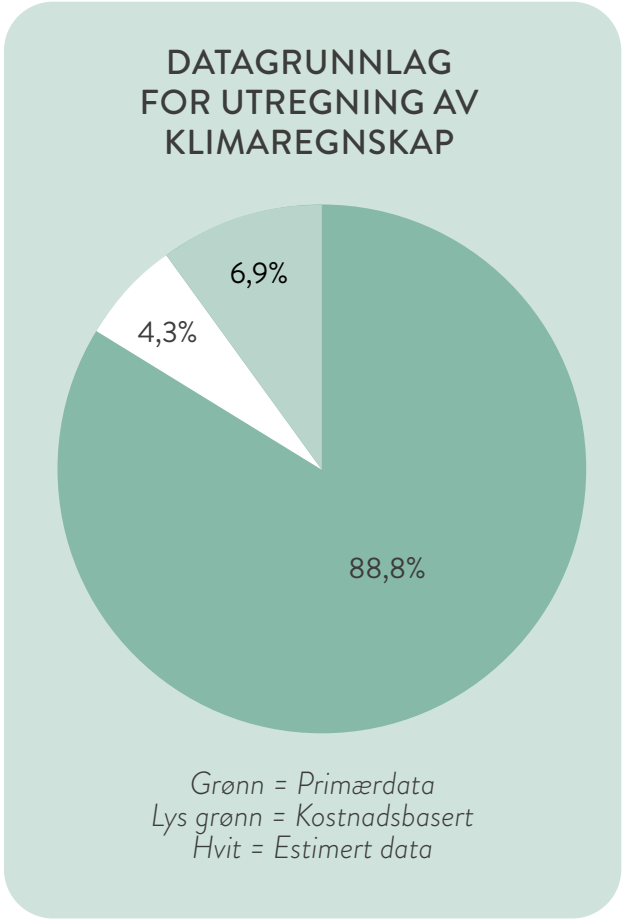


UTSLIPP PER MILLIONER KRONER I OMSETNING

	2021	2024	2025
Årlig omsetning	1 824,4	2 214,7	2 271,0
Årlig tCO2e (lokasjonsbasert)	43 704,4	42 512,1	43 155,6
Årlig tCO2e (markedsbasert)	46 382,4	46 931,9	43 065,6
tCO2e/mNOK (lokasjonsbasert)	24,0	19,2	19,0
tCO2e/mNOK (markedsbasert)	25,4	21,2	19,0
Reduksjon siden referanseår (2021) (lokasjonsbasert)		-19,9 %	-20,7 %
Reduksjon siden referanseår (2021) (markedsbasert)		-16,6 %	-25,4 %

tCO2e = tonn CO2-ekvivalenter

Det benyttes både primærdata, kostnadsbaserte og estimert data til utregningen av VOICE sitt klimaregnskap. Primærdata består av aktivitetsdata fra leverandører og materialregnskapet for egne merkevarer. Fra 2024 til 2025 har andelen primærdata økt med 4,9%. I klimaregnskapet for 2025 har VOICE inkludert spesifikke utslippsdata fra 11 produksjonsleverandører på nivå 1 som til sammen utgjør 41,7% av det årlige produksjonsvolumet. Arbeidet med å innhente spesifikke utslippsdata fra våre leverandører har blitt intensivert i 2025. Målet er å innhente primærdata fra produksjonspartnere på nivå 1 som utgjør minimum 80% av produksjonsvolumet i 2026. Kostnadsbaserte data benyttes for å regne ut majoriteten av utslipp fra innkjøp av driftsvarer og -tjenester. Utslippene beregnes ved å omregne innkjøpsverdi til CO2-ekvivalenter basert på vitenskapsbaserte utslippsfaktorer. Estimerte data benyttes der hvor spesifikk data mangler, men hvor det likevel er mulig å gjøre beregninger basert på annen primærdata.



UTSLIPP FRA INNKJØP AV VARER OG TJENESTER

	2021	2024	2025
Egne merkevarer	36170,2	34429,3	37191,5
Eksterne merkevarer	2906,5	3221,7	1838,2
Driftsvarer- og tjenester	3353,6	3708,9	2990,6

Alle tall oppgitt i tonn CO2-ekvivalenter



UTSLIPP FRA VARER OG TJENESTER

VOICE har betydelig lavere utslipp under scope 1 og 2, sammenlignet med scope 3. Kategorien innkjøp av varer og tjenester i klimaregnskapet inkluderer egne merkevarer, eksterne merkevarer, og driftsvarer og -tjenester. Tabellen nedenfor viser utslipp fordelt på underkategorier for referanseåret 2021, samt siste to år. 90,4% av VOICE utslipp er relatert til produksjon av klær, sko og tilbehør. VOICE har i de senere årene hatt stor progresjon i å realisere målsetningene for valg av foretrukne fibre i designprosessen. Som følge av dette har VOICE hatt en nedgang i utslipp per plagg. Siden 2021 er utslippene redusert med 8,2% per plagg og 8% per innkjøpte kilo fiber til egne merkevarer.

FINANSIELL PÅVIRKNING RELATERT TIL KLIMA

VOICE har gjort og planlegger å gjøre ytterligere investeringer i arbeidet med utslippsreduksjon, blant annet gjennom investeringer i materialvalg og bedre innsamling av data.

Tekstilbransjen er sterkt avhengig av råvarer som bomull, viskose og ull og dermed også sårbar overfor klima- og naturendringer. Høsten 2023 gjennomførte VOICE en naturrisikoanalyse med fokus på global bomullsproduksjon. Analysen er gjort i henhold til Taskforce on Nature-related Financial Disclosures rammeverket. Resultatene viser at økende grad av tørke, hetebølger, vannstress og skadedyr utgjør en høy risiko på råvareopphav. I tillegg er det forventet en økning i markedsrisiko

i verdikjeden som følge av ujevn råvarestrøm og logistikkproblemer.

I utformingen av VOICE sin vesentlighetsanalyse er det gjennomført interne workshops for å identifisere klimarelaterte risikoer, påvirkninger og muligheter på kort, mellomlang og lang sikt. Det er utført finansiell analyse i denne sammenheng, basert på overordnede estimater i ulike scenarioer. Disse analysene innebærer likevel ikke en detaljert og fullstendig beregning av den samlede finansielle effekten av klimaendringene for VOICE.

KARBONKREDITTER

VOICE har ikke kjøpt karbonkreditter i 2025.

KARBONPRISING

VOICE benytter ikke intern karbonprising.





ENERGIFORBRUK			
LOKASJON	2024	2025	Endring
Hovedkontor	615 460	579 230	-6%
Varelager	1 474 695	1 351 284	-8%
Butikker	5 384 561	5 918 358	10%
Firmabiler	76 000	17 390	-77%*
Pendlerbolig	17 321	13 234	-24%
Totalt	7 568 037	7 879 496	4%

Alle verdier er oppgitt i kilowattimer. *Data om strømforbruket til virksomhetens firmabiler er i 2025 basert på spesifikke data, og er derfor ikke direkte sammenliknbart med det beregnede estimatet for tidligere år.

Energi

VOICE jobber kontinuerlig med å forbedre virksomhetens energistyring og redusere virksomhetens strømforbruk. Energiforbruket består av elektrisitet og oppvarming av hovedkontor, lager og butikker, samt strøm til virksomhetens leasede firmabiler.

VOICE hovedkontor og lager er Miljøfyrtårnsertifisert. Dette innebærer at virksomheten måler, setter mål for og jobber strukturert med å redusere den lokale miljøpåvirkningen fra vår virksomhet. Det jobbes

kontinuerlig med å sikre god ventilasjon, effektiv oppvarming og smart energistyring. Ved bytte av tekniske installasjoner skal energismarte løsninger velges. I slutten av 2024 ble det installert solceller på taket av VOICE sitt lager. I 2025 produserte solcelleanlegget 685 601 kWh strøm, hvorav 32% ble forbrukt direkte på lageret og 68% solgt til strømnettet.

VOICE totale strømforbruk har økt med 4% i 2025. Økningen skyldes økt strømforbruk i butikk som følge av en økning i antall butikker. Det er kjøpt opprinnelsesgarantier for summen

av VOICE strømforbruk, med unntak av strøm produsert og forbrukt fra eget solcelleanlegg. Opprinnelsesgarantiene garanterer at strømmen kommer fra norske vannkraftverk. Hele VOICE energiforbruk kom dermed fra fornybar energi i 2025.

VOICE energiforbruk til egen drift og operasjoner er samtidig lite sammenliknet med energiforbruket i produksjonen av klær og tekstiler. VOICE jobber derfor aktivt med å innhente data om energiforbruk og -kilder fra våre produksjonspartnere. Ved utgangen av 2025

har 98,7% av VOICE produksjonsfabrikker gjennomført en egenevaluering eller inspeksjon som inneholder data om deres energiforbruk. Egenevalueringer og inspeksjoner følger enten rammeverket til amfori Business Environment Performance Initiative (BEPI) eller Higg Facility Environmental Module (FEM). VOICE har som mål om å øke andelen produksjonspartnere som innrapporterer energidata i 2026. Dataen som innsamles om energiforbruk og -kilder vil danne grunnlag for fremtidige tiltak og rapportering om energiforbruk og -kilder i verdikjeden.

Forurensning

Klesproduksjon er en energikrevende og forurensende industri med mange kjemikalieintensive prosesser. Dette gir risiko for lokal forurensning, blant annet gjennom utslipp av klimagasser og flyktige organiske forbindelser. Det er også utfordringer knyttet til spredning av mikroplast fra klær laget av syntetiske fibre, både i produksjonsprosessen, bruksfasen og når klær til slutt blir til avfall.

For å redusere risikoen for forurensning og negativ miljøpåvirkning har VOICE tatt grep knyttet til kjemikaliesikkerhet og miljøansvar, gjennom strenge krav til testing, håndtering og dokumentasjon av kjemikaliebruk, for å sørge for at alle produkter er trygge og i samsvar med gjeldende lovverk. VOICE stiller også krav om etablerte miljøstyringssystemer hos våre produsenter i våre retningslinjer for leverandører, og følger opp at dette er etablert gjennom inspeksjoner.

Det må likevel antas at ulike former for forurensning kan forekomme i ulike deler av verdikjeden. Det er krevende å innhente gode data om ulike kilder til forurensning og omfanget av denne gjennom hele verdikjeden. Dette er et arbeid som vil kreve økt innsats framover, og som VOICE i 2026 vil intensivere gjennom innhenting av data fra våre vesentlige produksjonspartnere lengre bakover i vår verdikjede.

VOICE har gjort og planlegger ytterligere investeringer i arbeidet med å få oversikt over og redusere forurensing i vår verdikjede.

I forbindelse med gjennomføringen av VOICE vesentlighetsanalyse er det utført grunnleggende analyse av mulige økonomiske konsekvenser knyttet til risikoen for forurensning. Denne er basert på overordnede estimer i ulike scenarioer, og innebærer derfor ikke en fullstendig beregning av den samlede finansielle effekten av muligheter og risiko knyttet til forurensning.

LUFTFORURENSNING

Luftforurensning er et nøkkelområde både i HiggFEM og BEPI-rammeverket. Gjennom egevalueringer og eksterne tilsyn samler VOICE inn data om luftforurensning ved våre produksjonsfabrikker. Blant annet etterspørres det om utslipp i luften blir overvåket og kontrollert ved den enkelte fabrikken. Kvantitative data om ulike typer luftforurensning etterspørres også, og bes innrapportert der dette er tilgjengelig. Fabrikkene som tar del i amfori BEPI systemet får også tilgang til opplæring innenfor tematikken. Dette er et viktig første tiltak for å heve produksjonsfabrikkenes evne til å jobbe strukturert med å redusere egen miljøpåvirkning og forurensning.

Arbeidet med å innhente miljødata og -inspeksjoner fra VOICE produksjonspartnere ble intensivert i 2025. I løpet av 2026 vil det jobbes med å analysere dataen og identifisere særlige risikoområder som grunnlag for iverksettelse av effektive tiltak for reduksjon i luftforurensing og andre former for forurensing.

MIKROPLAST

Spredningen av mikroplast er et økende problem og klesplagg som inneholder syntetiske fibre kan

bidra til å forverre dette. Klær avgir mikrofiber gjennom hele sin livssyklus. I henhold til Det europeiske miljøbyrået (EEA) løser mikrofiber i størst omfang de første gangene plagget vaskes, men utslipp skjer også under produksjon, bruk og etter at plagget har blitt til avfall. Syntetiske fibre utgjorde 19,9% av det totale fiberforbruket i produksjon av VOICE sine merkevarer i 2025.

Det finnes samtidig begrenset kunnskap om hvor mye mikroplast som slippes ut i ulike deler av et klesplaggs livssyklus. Forskingen viser også at mengden mikroplastutslipp fra klær vil variere avhengig av produkt og fiberblanding. Det mangler derfor etablerte standarder for beregning av utslipp av mikroplast som kommer fra ulike tekstilprodukter. VOICE følger utviklingen på dette feltet nøye. I 2023 besvarte VOICE på en forespørsel om omfanget av mikrofiberutslipp fra våre produkter med henvisning til den nyeste tilgjengelige forskningen på mikroplastutslipp fra klær i Norge. Beregnede utslipp av mikroplast fra VOICE produkter med utgangspunkt i dette var på 287,17 kilo i 2022, med et usikkerhetsspenn på 63,15 til 944,62 kilo. I 2026 ble det gjort en ny beregning basert på samme forskning, hvor beregnede utslipp av mikroplast fra VOICE produkter i 2025 var estimert til 259,44 kilo, med et usikkerhetsspenn på 57,05 - 853,39 kilo. Reduksjonen i beregnet utslipp av mikroplast skyldes at VOICE har redusert den totale mengden syntetiske fibre i vareproduksjonen fra 665 tonn i 2022 til 601 tonn i 2025.

Mikroplast fra syntetiske tekstiler ble i 2022 beregnet til å utgjøre 5,1% av de totale

norske mikroplastutslippene. Dette inkluderer mikrofiberutslipp under vask, rens og bruk. Det europeiske miljøbyrået har estimert at rundt 8% av europeisk mikroplast som havner i havet kommer fra tekstilbransjen. Dette tallet er betydelig lavere enn det globale gjennomsnittet, ettersom de fleste europeiske husholdninger er tilknyttet velfungerende kloakk- og renseanlegg.

Med hensyn til produksjonsfasen krever VOICE at alle leverandører signerer på våre VOICE retningslinjer og krav for leverandører som inkluderer krav om å jobbe med miljøstyring og kontinuerlig forbedring av egen miljøpåvirkning. Etterlevelse av kravet følges opp gjennom inspeksjoner. I vårt løpende arbeid med aktsomhetsvurderinger er det per utgangen av 2025 ikke identifisert vesentlig risiko knyttet til utslipp av mikroplast hos våre produsenter.

VOICE satt i 2024 mål om å redusere den relative andelen syntetiske fibre i produktporteføljen med 10% innen utgangen av 2028. Fra 2024 til 2025 alene er andelen syntetiske fibre redusert med 10,7%. Samtidig oppfyller syntetiske fibre en rekke funksjonelle behov i ulike plagg, og bidrar i mange tilfeller til økt kvalitet, passform og levetid for det aktuelle produktet. Syntetiske fibre vil derfor benyttes og fortsatt være en viktig fiber for VOICE fremover. VOICE vil samtidig følge kunnskapsutviklingen på mikroplastområdet for å bedre forstå risikoen for negativ påvirkning fra bruken av syntetiske fibre.

Vann

Tekstilindustrien er en vannintensiv industri. Vann kreves både i dyrking av råvarer som bomull, lin og cellulosebaserte fibre, og brukes i stort omfang til innfarging og behandling av stoffmaterialer som benyttes til å lage de endelige klesproduktene. Mye av produksjonen foregår også i områder hvor vann er en stadig knappere ressurs, blant annet som følge av klimaendringer. VOICE anerkjenner at vannforbruk og -påvirkning i verdikjeden for klær har miljømessige og sosiale konsekvenser.

VOICE jobber derfor med å redusere vannforbruket og sikre ansvarlig vannhåndtering i produksjonen av våre produkter. VOICE stiller krav til våre leverandører om at de skal jobbe for å redusere negativ miljøpåvirkning i hele verdikjeden. Dette inkluderer å sikre bærekraftig ressursuttak og forvaltning av vann. Ved utgangen av 2025 er det ikke satt kvantitative mål for vannforbruk i VOICE.

VOICE har gjort og planlegger å gjøre betydelige investeringer i arbeidet med ansvarlig vannforbruk og -håndtering fremover. I gjennomføringen av VOICE vesentlighetsanalyse er det utført finansiell analyse knyttet til ulike miljøpåvirkninger, inkludert vannforbruk og -påvirkning. Denne er

basert på overordnede estimer i ulike scenarioer, og utgjør derfor ikke en presis beregning av den samlede finansielle effekten av muligheter og risiko knyttet til vann.

VANNFORBRUK

Ved utgangen av 2025 har VOICE begrenset data om vannforbruket fra vareproduksjonen til våre merkevarer. Det er gjennomført et større arbeid med å innhente miljødata fra produksjonspartnere i 2025 gjennom amfori BEPI og HiggFEM, inkludert informasjon om vannforbruk, -påvirkning og tilknytning til renseanlegg for avløpsvann.

Flere av de mer vannintensive prosessene skjer samtidig lengre bakover i verdikjeden, deriblant under innfarging og vask av materialer, og i produksjonen av råvarer som bomull og ull. VOICE jobber derfor for å øke kunnskapen om vannforbruk lengre bakover i verdikjeden ved å innhente data om vannforbruket hos utvalgte produksjonspartnere gjennom amfori BEPI og HiggFEM. Hensikten er å anvende innsamlede data til å identifisere effektive tiltak for å fremme redusert vannforbruk og kontinuerlig forbedring.

For å nå målet om redusert vannforbruk og ansvarlig vannhåndtering i produksjonen, er det nødvendig med målrettede tiltak og tilstrekkelige ressurser. Et sentralt steg er å sikre full sporbarhet over våtprosesser i produksjonen, slik at vi kan identifisere hvor det er mulig å effektivisere og redusere vannforbruket.

Et slikt område er i dyrkingen av bomull. Bomull utgjorde 56,1% av fiberbruken i VOICE i 2025. Bomullsdyrking krever betydelige mengder vann. Vårt arbeid med fiber- og materialvalg er derfor sentralt for å redusere vannforbruket i klesproduksjonen. Vannforbruk og -håndtering er blant parameterne som danner grunnlag for strategiske beslutninger vi tar angående valg av fibre i vår produksjon. VOICE er medlemmer av Better Cotton, og kjøpte i 2025 79,1% av vår bomull gjennom Better Cotton. Gjennom kjøp av Better Cotton bomull bidrar VOICE til finansiering av prosjekter på bomullsgårder, og kapasitetsbygging blant bomullsbønder gjennom BCI Growth and Innovation Fund (GIF). Innkjøpet av Better Cotton bomull i 2025 støttet bønder som deltar i GIF-støttede prosjekter med å spare anslagsvis 14 millioner liter vann i forrige vekstsesong.

Ressursbruk og sirkulærøkonomi

Økt sirkularitet er avgjørende for å redusere tekstilbransjens miljøpåvirkning. Dette vil kreve vesentlig omstilling i hele bransjen og verdikjeden for tekstiler. Sirkulære løsninger er et viktig strategisk område i VOICE sitt 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 lenge, kan gjenbrukes og resirkuleres når de ikke lenger kan brukes.

VOICE er positive til at tydeligere reguleringer knyttet til sirkularitet er under utvikling, deriblant gjennom EUs tekstilstrategi. Det er definert tre tematiske målområder innenfor området i vår bærekraftstrategi:

1. Sirkulært design: VOICE jobber med å definere vår tilnærming til sirkulært design. Vårt viktigste bidrag til en mer sirkulær klesbransje er 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 lenger kan repareres.

2. Reparasjon: VOICE kjeder har i mange år samarbeidet med lokale skreddere med beliggenhet nær våre butikker. I butikk oppfordres kundene til å velge å reparere klærne ved reklamasjoner fremfor å få plaggene erstattet med et nytt produkt. VOICE har de senere årene også valgt å reparere varepartier med kvalitetsavvik i Norge fremfor å avskrive varene som usalgbare. I 2024 ble blant annet et parti på 1395 kjoler reparert av Sisters in Business og siden tatt ut for ordinært salg i butikk.

3. Fibergjenvinning: VOICE har som mål å benytte 50% resirkulerte fibre i våre produkter innen utgangen av 2030. I dag blir mindre enn 1% av verdens tekstiler resirkulert til nye tekstilfibre. For å endre på dette er det nødvendig å etablere mer effektive og skalerbare verdikjeder for resirkulering av gamle tekstiler enn det som eksisterer i dag. Et vesentlig bidrag i dette er å skape og opprettholde etterspørsel etter resirkulerte tekstilfibre.

I forbindelse med den doble vesentlighetsanalysen er det gjennomført finansiell analyse av ulike scenarioer knyttet til sirkularitet og sirkulærøkonomi. Disse er basert på overordnede estimer i ulike scenarioer og innebærer ikke en presis beregning av de samlede finansielle effektene av muligheter og risiko knyttet til sirkularitet.

INNGÅENDE RESSURSER, INKLUDERT RESSURSBRUK

VOICE viktigste inngående ressurs er klærne og tilbehøret som selges i våre butikker. Materialvalget til et klesplagg har stor betydning for plaggets miljøpåvirkning, samt 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 og holdbarhet, og betydning for i hvilken grad plagget kan inngå et sirkulært kretsløp gjennom ombruk og resirkulering.

Material- og fibervalg er et område VOICE har jobbet mye med. Viktigst i dette arbeidet er **VOICE fiberstrategi** som ble etablert i 2019, og som siden har blitt revidert i flere omganger. Målet med fiberstrategien er tredelt;

1.Sikre ansvarlig produksjon av den aktuelle råvaren med tanke på sosial bærekraft og dyrevelferd.
2.Redusere klima- og miljøavtrykket innenfor den aktuelle fiberkategorien.
3.Oppnå sporbarhet fra råvare til endelig produkt gjennom å velge sertifiseringer som sikrer sporbare fibre.

På et overordnet nivå sier fiberstrategien at alle råvarer skal være kjøpt inn gjennom en sertifisering eller ordning som sikrer ansvarlig produksjon av den aktuelle fiberen innen 2025. VOICE skal videre så langt som mulig kjøpe inn fibre som er sporbare fra råvareprodusent til endelig produkt. I praksis innebærer dette å benytte sertifiserte sporbare fibre. Gjennom såkalt ‘chain of custody’ sertifisering av en fiber gjennomføres det kontroll av hvert produksjonsledd. På bakgrunn av disse utstedes dokumentasjon på alle transaksjoner fra ett produksjonsledd til et annet, helt frem til ferdig produkt. Å forstå råmaterialets opphav bidrar til å redusere risikoen for negativ miljøpåvirkning som avskoging, dårlig dyrevelferd, eller overforbruk av vann og sprøytemidler.



VOICE FIBERSTRATEGI

HOVEDMÅL

- 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

FIBERSPESIFIKKE MÅL

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

Redusere
bruken av
syntetiske
fibre

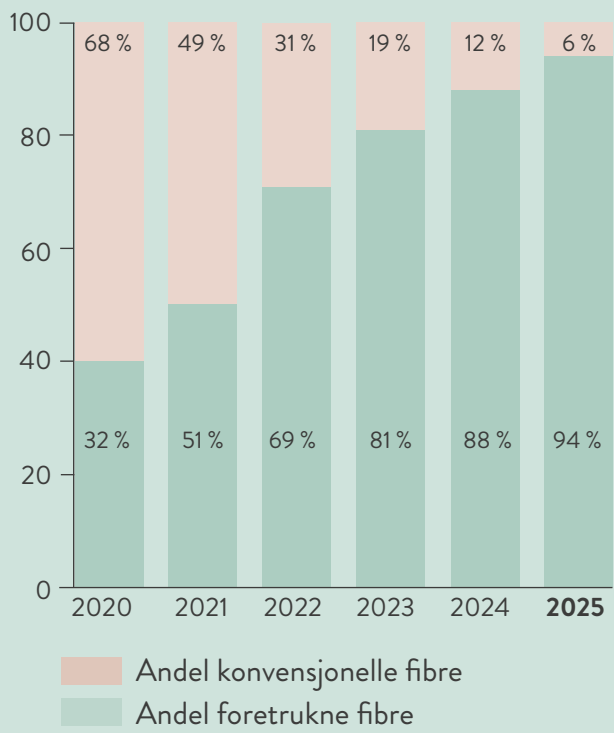
VOICE fiberstrategi gir ikke føringer om hvilke fibre som skal benyttes fremfor andre fibre i en annen kategori, for eksempel bomull fremfor ull. Dette skyldes at kunnskapsgrunnlaget for å gjøre denne typen vurderinger fortsatt er utilstrekkelige ettersom miljøberegninger av ulike fibertyper utføres på ulike måter. Eksisterende utslippsberegninger med utgangspunkt i fibertype hensyntar heller ikke hvordan

eventuelle fiberbytter påvirker varigheten og levetiden til et klesplagg.

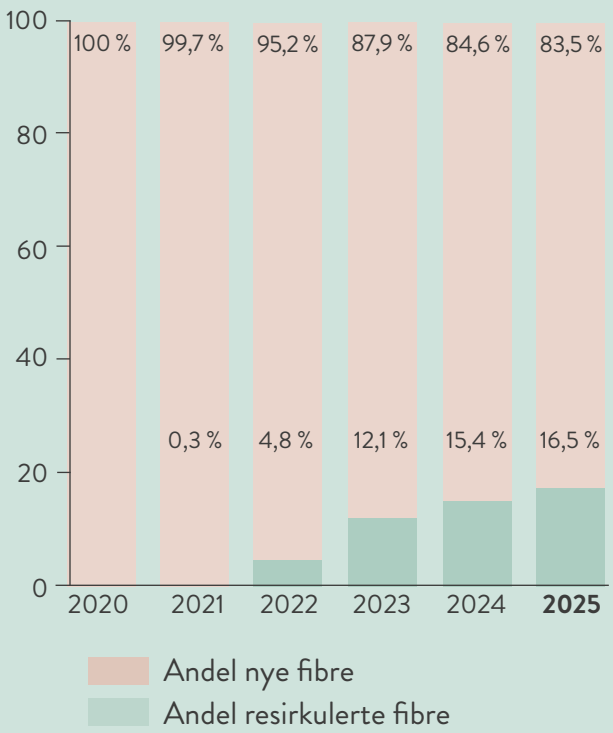
VOICE FIBERFORBRUK 2025

VOICE utarbeider årlig et materialregnskap for å følge med på utviklingen i innkjøpet av foretrukne fibre i henhold til fiberstrategi. På fem år har andelen fibre kjøpt inn i tråd med strategien økt fra 32% i 2020 til 94% i 2025. Målet er at 100% av våre fibre skal være foretrukne fibre fra og med 2026.

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Totalt fiberforbruk (i tonn)	2 579	2 707	2 870	2 603	2 799	3 024



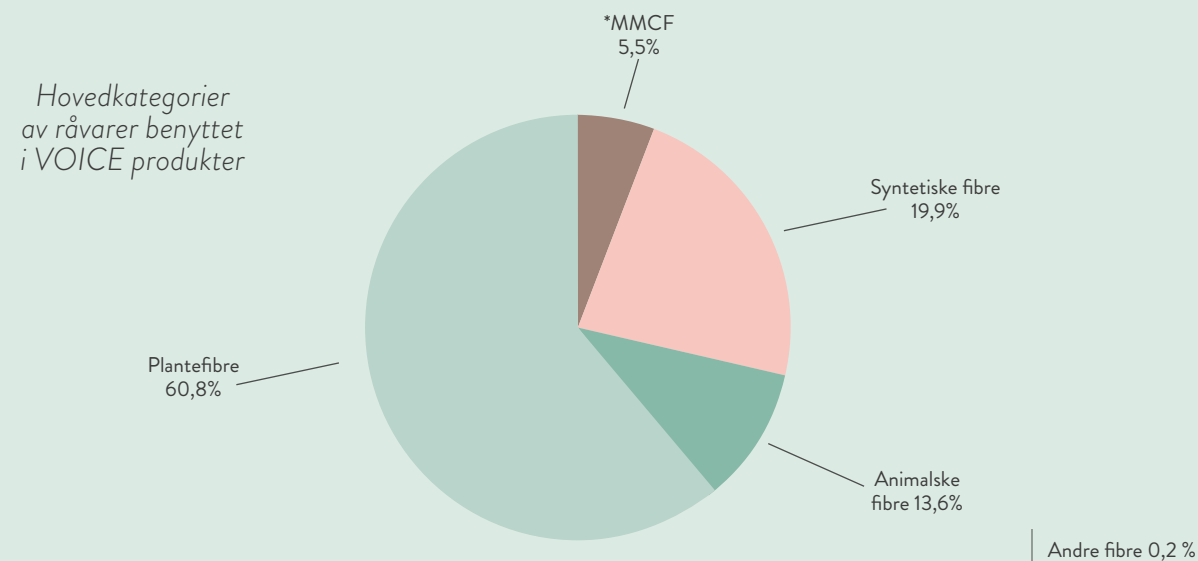
Foretrukne fibre defineres som fibre som oppfyller minstekravet i fiberstrategien eller bedre.



VOICE har som mål å benytte 50 % resirkulerte fibre innen utgangen av 2030.



FIBERTYPE BRUKT I PRODUKSJON AV EGNE VARER I 2025



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

PLANTEFIBRE

Plantefibre utgjør den største fiberkategorien i VOICE. Plantefibre inkluderer blant annet bomull, lin, papir og strå, og utgjorde 60,8% av det totale fiberforbruket i egne merkevarer i 2025. Bomull stod for over 92% av dette. I 2025 var 20% av bomullen økologisk, en betydelig økning fra 7,3% i 2024. Naturmaterialer, og særlig bomull, er viktige materialer for VOICE. Plantefibre er beregnet til å utgjøre 24% av fiberforbruket i den globale klesproduksjonen. VOICE benytter dermed en vesentlig høyere andel plantefibre enn det globale gjennomsnittet. Foretrukne fibre utgjorde 99% av plantefibrene i 2025.

REGENERERTE FIBRE

Viskose, kupro, lyocell og modal med flere utgjør såkalte menneskeskapte cellulosefibre (MMCF). Disse fibertypene betegnes som regenererte fibre fordi de er fremstilt gjennom en kjemisk bearbeiding av et naturprodukt, i dette tilfellet cellulose som fortrinnsvis kommer fra trær. 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- eller PEFC-sertifisert skogbruk. Dette innebærer at det stilles krav til bærekraftig skogbruk. Foretrukne fibre utgjorde 92% av regenererte fibre i 2025.

SYNTEKISKE FIBRE

Syntetiske fibre er også viktige for VOICE og produktene våre. Syntetiske fibre er omdiskutert og kan bidra til spredning av mikroplast. Samtidig har syntetiske fibre viktige funksjonelle egenskaper som kan påvirke et klesplaggs levetid positivt.

VOICE har mål om å redusere bruken av syntetiske fibre i våre merkevarer. VOICE sin bruk av syntetiske fibre var på 19,9% i 2025, sammenliknet med 69% av global tekstilproduksjon. Vi jobber strukturert med å identifisere muligheter for å redusere bruken av syntetiske fibre på tvers av våre produktkategorier.

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 fiberens opphav til endelig produkt. VOICE bruk av resirkulerte syntetiske fibre var på 76,7% i 2025.

DYREFIBRE OG -MATERIALER

Dyrefibre og -materialer er viktige for VOICE, og inkluderer blant annet ull, dun, fjær og skinn.. Bruken av slike fibre utgjorde 13,6% i 2025. Dette er vesentlig høyere enn gjennomsnittet av den globale klesproduksjonen med kun 1%. Norge er et kaldt land, og en rekke av våre vinterprodukter er laget i ull. Dun benyttes som isolasjon i flere av våre varmeste vinterjakker. Ved all bruk av dyrefibre og -materialer stiller VOICE strenge krav til hvordan dyrenes velferd skal ivaretas. Som et ledd i å redusere miljøpåvirkningen fra bruken av dyrefibre og -materialer jobber VOICE også med å øke bruken av resirkulerte fibre, med et særlig fokus på ull. Foretrukne fibre utgjorde 99% av dyrefibre og -materialer i 2025, og 12,4% av alle ullfibre var resirkulert.

AVFALL

VOICE genererer avfall både direkte i egen drift og indirekte gjennom verdikjeden. VOICE sitt hovedkontor og lager er Miljøfyrtårnsertifisert som innebærer at det er etablert miljøstyringssystemer som skal sikre kontinuerlig forbedring og reduksjon av vårt miljøavtrykk og våre klimautslipp. Avfallet fra hovedkontoret og lageret blir samlet inn av Norsk Gjenvinning og SOCS Renovasjon og resirkulert i størst mulig grad. Kildesorteringsgraden for de to lokasjonene samlet var på 91,5% i 2025.

VOICE har kun data om avfall fra virksomhetens hovedkontor og lager. Avfallshåndteringen i butikkene skjer som hovedregel i regi av utleier,

og har i de fleste tilfeller felles avfallssystemer for alle leietakere, for eksempel på et kjøpesenter. Det er derfor ikke innhentet detaljerte avfallsdata fra butikkene, men gjennomføres årlige beregninger av gjennomsnittlige avfallsdata til VOICE klimaregnskap.

VOICE krever at våre produsenter har gode rutiner for avfallshåndtering. For å følge opp dette har VOICE begynt å samle inn avfallsdata fra våre førsteleddsprodusenter gjennom amfori BEPI og HiggFEM. Ved utgangen av 2025 er det innhentet avfallsdata etter BEPI eller FEM rammeverket fra 81 av 82 produksjonsfabrikker. Målet for 2026 er å innhente avfallsdata fra samtlige produksjonsfabrikker.

AVFALLSHÅNTERING

VOICE interne miljøpolicy beskriver følgende prinsipper for avfallshåndtering og -minimering:

- VOICE skal jobbe for å kontinuerlig øke andelen kildesortert avfall.
- VOICE skal ikke kaste overskuddsvarer eller varer med åpenbar gjenbruksverdi.
- VOICE skal i så stor grad som mulig reparere, selge eller gi bort kontormøbler ved utbytting.

AVFALLSDATA HOVEDKONTOR

	Avfallstype	2023		2024		2025	
		Kilo	Andel	Kilo	Andel	Kilo	Andel
USORTERT	Restavfall	7 107	81,3 %	6 576	75,4 %	5 964	77,6 %
SORTERT	Matavfall	771	8,8 %	862	9,9 %	241	3,1 %
	Blandet papp og papir	706	8,1 %	1 023	11,7 %	1 004	13,1 %
	Plastemballasje	0	0 %	133	1,5 %	96	1,3 %
	Glass	154	1,8 %	133	1,5 %	385	5,0 %
	Totalt sortert	1 631	18,7 %	2 151	24,6 %	1 726	22,4 %
TOTALT		8 739	100,0 %	8 727	100,0 %	7 690	100,0 %

AVFALLSDATA LAGER

	Avfallstype	2023		2024		2025	
		Kilo	Andel	Kilo	Andel	Kilo	Andel
USORTERT	Restavfall	11 200	7,2 %	10 780	7,1 %	6 750	4,7 %
SORTERT	Matavfall	1 160	0,7 %	1 330	0,9 %	2 045	1,4 %
	Trevirke	21 860	14,0 %	18 880	12,4 %	11 180	7,9 %
	Brunt papir	119 500	76,7 %	118 560	77,7 %	121 340	85,4 %
	Kontorpapir	90	0,1 %	0	0 %	0	0 %
	Metall	90220	0,1 %	1 060	0,7 %	0	0 %
	Plastemballasje	1 808	1,2 %	1 985	1,3 %	840	0,6 %
	Totalt sortert	144 638	92,8 %	141 815	92,9 %	135 405	95,3 %
TOTALT		155 838	100,0 %	152 595	100,0 %	142 155	100,0 %

Avfall genereres også nedstrøms i verdikjeden. Alle tekstiler vil på et eller annet tidspunkt bli til avfall. Dette kan bidra til både miljømessige og sosiale problemer i ulike deler av verden. Klær fra VOICE merkevarer selges samtidig kun i Norge hvor det er etablert gode avfallssystemer og systemer for innsamling av brukte tekstiler. Dette er likevel ingen garanti for at tekstilavfall ikke havner på avveie eller kan ende som avfall i land uten velfungerende avfallssystemer. VOICE er derfor positive til etableringen av en produsentansvarsordning for klær og tekstiler, og har vært en pådriver for etableringen av produsentansvarsselskapet TekstilPRO i 2025.

VOICE har innført strenge kriterier og satt minimumsstandarder for valg av materialer som

benyttes i vår **emballasje** og merking. VOICE jobber for å minimere emballasjebruk generelt, spesielt under transport. VOICE har spesifisert at all plast som inngår i transportemballasjen skal være resirkulert og kunne resirkuleres som LDPE plast.

Emballasje benyttes i hovedsak for å beskytte produktene under frakt fra produksjonsland til sluttbruker. Dette er viktig for å unngå at ferdigproduserte varer blir ødelagt av fukt, mugg eller lukt før de når sluttbrukeren i Norge. Slike transportskader har ikke bare en økonomisk kostnad, men innebærer også at store ressurser er benyttet til å produsere det som i slik tilfeller kun er avfall ved ankomst til Norge.

UTVALGTE MILJØTILTAK

- VOICE sitt hovedkontor på Sagene og lager på Tuen er Miljøfyrtårnsertifisert. Dette innebærer at vi måler, setter mål for og jobber strukturert med å redusere den lokale miljøpåvirkningen fra vår virksomhet.
- VOICE handleposer er laget av minimum 60 % resirkulert plast.
- VOICE gjennomgår alle returnerte varer fra vår netthandel og forbereder alle feilfrie varer for å selges på ny som fullverdig vare.
- VOICE donerer gjenbrukbare reklamasjoner og vareprøver til Røde Kors.





Sosial

VOICE arbeid med å sikre gode sosiale forhold er høyt prioritert i den daglige driften. Dette gjelder både med hensyn til våre egne ansatte og i møte med de mer enn 53 000 medarbeiderne ved fabrikkene som produserer klær for våre merkevarer.

VOICE medarbeidere er vår 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. Medarbeiderundersøkelser utført i perioden 2022 til 2026 bekrefter at tilfredsheten blant ansatte i VOICE er høy, og ligger over gjennomsnittet i Norge. Med mer enn 1500 ansatte i butikk er VOICE stolte av å være den første kontakten med arbeidslivet for mange, og vi er forpliktet til å bidra til deres vekst og utvikling fra dag én.

Arbeidet med å sikre gode sosiale forhold i verdikjeden har også en lang historie i VOICE. VOICE ble medlem av Etisk Handel Norge allerede i 2003, og har siden jobbet med strukturert med aktsomhetsvurderinger for å identifisere risiko og behov for tiltak for å sikre ansvarlige forhold hos produsentene vi jobber med. I dag gjennomføres uavhengige fabrikkinspeksjoner gjennom amfori BSCI sitt rammeverk. Sammen med ytterligere risikokartlegging basert på eksterne kilder og egne besøk av fabrikkene våre, danner dette grunnlag for kvalifisering av leverandører, iverksetting av forbedringstiltak, og avslutning av leverandørforhold når det er nødvendig.

VOICE vesentlighetsanalyse indikerer flere vesentlige temaer knyttet til både egne arbeidere og arbeidere i verdikjeden. Disse er beskrevet og rapportert på sidene som følger.

SOSIAL BÆREKRAFT		
TEMA	Undertema	Kontekst i verdikjeden
EGEN ARBEIDSSTYRKE	• Arbeidsforhold • Lik behandling og like muligheter for alle • Andre arbeidsrelaterte rettigheter	VOICE har et helhetlig perspektiv på å sikre sosial bærekraft i verdikjeden. Dette inkluderer å sikre menneskerettigheter, ansvarlige arbeidsforhold, helse og sikkerhet hos produsenter og underleverandører, samt for egen arbeidsstyrke.
	• Arbeidsforhold • Lik behandling og like muligheter for alle • Andre arbeidsrelaterte rettigheter	

Egen arbeidsstyrke

Medarbeiderne står i hjertet av VOICE, og er vår mest verdifulle ressurs. Det er vår målsetting å utmerke oss ved å dyrke en inkluderende og dynamisk bedriftskultur, tilby et godt 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 opptatt av å bidra til deres kontinuerlige vekst og utvikling.

VOICE er forpliktet til å være en ansvarlig arbeidsgiver, og jobber kontinuerlig med å fremme et godt arbeidsmiljø. Vi ønsker å være kjent for vår sterke bedriftskultur, vårt gode arbeidsmiljø og engasjerende arbeidsoppgaver. VOICE hadde 1708 ansatte* ved utgangen av 2025, hvorav 1517 av disse jobber i en av våre 211 butikker. 1267 av våre ansatte jobber i deltidsstillinger. VOICE hadde en turnover på 28% av ansatte i 2025.

VOICE er en profesjonell arbeidsgiver med etablerte systemer og rutiner for rekruttering, medarbeideroppfølging, opplæring,

lønnsforhandlinger, avviksrapportering, medarbeidersamtaler, HMS-oppfølging med mer. Virksomhetens overordnede personalpolitikk er de samme for både butikkansatte og ansatte ved hovedkontoret og lageret. VOICE personalregler er også i hovedsak de samme for alle ansatte. Gjeldende policyer og regler er beskrevet i VOICE personalhåndbok som er tilgjengelig for alle ansatte som et digitalt dokument på virksomhetens personalsystem. Det er etablert en egen lederhåndbok som er tilgjengelig for alle ansatte med personalansvar, inkludert butikkledere.

VOICE støtter opp om retten til fri fag-organisering og andre former for demokratisk valgt arbeiderrepresentasjon. VOICE er medlem av arbeidsgiverorganisasjonen Virke og har tariffavtaler med Handel og Kontor og Negotia. Det avholdes månedlige møter med tillitsvalgte i både Handel og Kontor og Negotia for å sikre god dialog om selskapets status og aktuelle saker. Medlemmene i Handel og Kontor har etablert en konsernklubb og det gjennomføres årsmøter med valg av tillitsvalgte.

Butikkansatte utgjør majoriteten av VOICE medarbeidere. Det er etablert et omfattende driftsapparat for å støtte butikklederne og

sikre god personaloppfølging og drift av våre 211 butikker. Butikklederne støttes løpende av det sentrale driftsapparatet i de tre kjedene. I tillegg er HR-avdelingen i VOICE i daglig kontakt med våre butikkledere for å rådgi og sikre gode personalprosesser, og at selskapet overholder de lover og avtaler virksomheten er forpliktet til.

Over 74% av de ansatte i VOICE jobber i deltidsstillinger. Dette er hovedsakelig grunnet behovet for å sikre bemanningen i våre butikker, hvorav mange ligger på kjøpesentre med typiske åpningstider fra kl. 10 til 20. En stor andel av våre deltidsansatte er studenter som ønsker å jobbe i en deltidsstilling. VOICE er samtidig bevisste utfordringen knyttet til uønsket deltid og gjennomfører derfor annethvert år en undersøkelse blant faste deltidsansatte om dette. I 2024-undersøkelsen rapporterte 53% at de er fornøyde med sin nåværende stillingsbrøk. 27% ønsket å jobbe mer, men ikke fulltid, og 17% ønsket å jobbe heltid. Deltidsansatte har fortrinn ved utlysning av stillinger med høyere stillingsprosent. Det etterstrebes også å gi mulighet for utvidet stilling til deltidsansatte der dette er mulig og den ansatte ønsker det. I undersøkelsen blant deltidsansatte fra 2024 svarte 15% at de har fremmet ønske om høyere stillingsprosent og fått hele eller deler av ønsket innfridd.

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

*All statistikk om ansatte i denne rapporten refererer til antall personer. Statistikken er basert på et øyeblikksbilde. Tallene som er hentet ut 06.01.2026.

ANTALL ANSATTE

KJØNN	ANTALL
Menn	243
Kvinner	1 462
Annet	
Ikke rapportert	
Total	1 708

ANTALL ANSATTE I ULIKE STILLINGSTYPER

2025	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	TOTAL
Antall ansatte (hoder eller FTE)	1 462	243	3	1 708
Antall fast ansatte	1 257	213	2	1 472
Antall midlertidig ansatte	205	30	1	236
Antall ansatte med nulltimerskontrakter				
Antall heltidsansatte	370	71		441
Antall deltidsansatte	1 092	172	3	1 267

ANTALL ANSATTE PER KJØNN OG ALDERSGRUPPE

	HOVEDKONTOR			LAGER		
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	10	2		1	2	
30-50	93	26		12	5	
Over 50	21	10		2	5	
Total	124	38		15	12	
Prosent	76,5 %	23,5 %		55,5 %	44,5 %	

ANTALL ANSATTE PER KJØNN OG ALDERSGRUPPE

	MATCH			VIC			DECADES		
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	424	50	1	189	24		189	84	
30-50	196	15	1	77	1	1	71	10	
Over 50	137	4	1	35	3		5		
Total	757	69	2	301	28	1	265	94	
Prosent	91,5 %	8,5 %	<0,5 %	89 %	10,5 %	<0,5 %	74 %	26 %	

ANTALL ANSATTE PER KJØNN OG ALDERSGRUPPE

STYRET			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30			
30-50		1	
Over 50		1	
Total			
Prosent		100 %	

LEDERGRUPPEN			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30			
30-50	3	2	
Over 50		1	
Total	3	3	
Prosent	50 %	50 %	

LEDERE MED PERSONALANSVAR			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	29	2	
30-50	166	25	
Over 50	46	9	
Total	241	36	
Prosent	87 %	13 %	

ØVRIGE ANSATTE			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	784	161	1
30-50	283	33	1
Over 50	154	13	1
Total	1221	207	3
Prosent	85,5 %	14,5 %	<0,5 %

ARBEIDSFORHOLD

VOICE er opptatt av å tilby **sikre arbeidsplasser** for våre ansatte. Ansettelser i VOICE er nøye regulert og følger norsk arbeidslovgivning. VOICE har kun ansatte i Norge. Ansettelser i VOICE er som hovedregel i faste stillinger. Midlertidige stillinger i selskapet benyttes ved høysesong eller i vikariater, og følger for øvrig kravene i lovgivningen. Alle ansatte er omfattet av gjeldende sosiale støtteordninger i Norge, inkludert tilgang på sykepenger og arbeidsledighetspenger. Ansatte er i tillegg omfattet av en felles gruppelivsforsikring, yrkesskadeforsikring og reiseforsikring ved tjenestereise. De ansatte har rett til full lønn under foreldrepermisjon under forutsetning av at det foreligger rett til foreldrepenger fra NAV i henhold til folketrygdlovens bestemmelser. Far eller medmor har også rett til 2 ukers omsorgspermisjon med lønn i forbindelse med fødsel. VOICE har obligatorisk tjenstepensjon for alle ansatte med 2% innskudd fra første krone av lønn mellom 1 og 12 G.

Alle ansatte i VOICE lønnes etter de fremforhandlede minstesatsene i landsoverenskomstens mellom Handel og Kontor og Virke eller over. Minstelønnsatsen for en ansatt (over 18 år) er 359 853 kroner

i en heltidsstilling. Dette er godt over det som anses som **tilstrekkelig lønn** i Norge, sett opp mot lavinntektsgrensen som beregnet av SSB. Denne var på 305 400,- kroner i 2025.

50% av ansatte i VOICE er dekket av en tariffavtale. Dette inkluderer 662 butikkansatte, 28 ansatte på vårt lager og 168 ansatte ved hovedkontoret. Tariffavtalene i VOICE setter rammene for årlige **kollektive lønnsforhandlinger** i virksomheten. Det er opp til våre ansatte selv om de ønsker å være medlem i en arbeidstakerorganisasjon eller ikke. Det er også opp til de organiserte ved samme bedriftsenhet om de ønsker å søke om tariffavtale eller ikke. I henhold til Hovedavtalen mellom Virke og Handel og Kontor kan ikke VOICE føre oversikt over hvilke ansatte som er medlemmer i en arbeidstakerorganisasjon.

VOICE søker også aktivt **sosial dialog** og medvirkning med våre ansatte. Ansattes representanter er involvert i en rekke ulike organer i VOICE. Deriblant sitter to ansattrepresentanter i VOICE styre, og hovedverneombud er medlem av arbeidsmiljøutvalget. Hva som utgjør en ansattrepresentant er verken definert i arbeidsmiljøloven eller i Hovedavtalen.

Uttrykket 'ansattes representanter' dekker dermed både verneombud, ansattrepresentanter i styret, ansattrepresentanter i arbeidsmiljøutvalget, og andre tillitsvalgte. Ansattrepresentanter representerer alle ansatte, ikke bare de organiserte arbeidstakerne. Med dette som utgangspunkt jobber 100% av ansatte i VOICE i bedriftsenheter med arbeiderrepresentasjon.

LIK BEHANDLING OG LIKE MULIGHETER FOR ALLE

VOICE streber etter å være en arbeidsgiver som tilbyr like muligheter for alle, uavhengig av kjønn. Klesindustrien er samtidig en kvinnedominert bransje. VOICE jobber aktivt med å fremme likestilling og bekjempe diskriminering på arbeidsplassen. Virksomheten jobber for å skape et inkluderende miljø fri for diskriminering relatert til etnisitet, nasjonal opprinnelse, hudfarge, språk, religion, livssyn, seksuell legning, funksjonshemming eller alder. Ved årets slutt var 86% av de ansatte kvinner.

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 intervjuprosess, og unngå ubevisst diskriminering. VOICE oppfordrer også mannlige ansatte til å søke på våre stillingsutlysninger. Det er likevel ikke registrert noen vesentlig endring i andelen kvinner som søker på stillinger hos oss.

VOICE ser verdien i å beholde ansatte over tid, og et viktig ledd i dette er **opplæring og kompetanseutvikling** av eksisterende ansatte. VOICE har etablert enhetlige standarder for utvikling og tilbakemeldinger til ansatte. Medarbeidersamtaler skal gjennomføres med alle medarbeidere årlig, med fokus på å etablere mål, tiltak og utviklingsplaner for den enkelte. I VOICE medarbeiderundersøkelse rapporterer 57% av ansatte at de har gjennomgått en medarbeidersamtale det siste året, mens 17% sier at de ikke har hatt en medarbeidersamtale. 26% svarer at de har vært for kort tid i stillingen eller at det av andre årsaker ikke har vært naturlig å gjennomføre en medarbeidersamtale.

I VOICE har vi et variert kurstilbud for våre ansatte. Dette inkluderer blant

annet Butikklederskolen som er et internt opplæringsprogram som strekker seg over ett år og inneholder 12 dager med fysiske samlinger, i tillegg til en praksisperiode og tett oppfølging. Kurset gjennomføres en gang i året for butikkselgere som ønsker å utvikle seg og ta steget mot butikklederrollen. Det gjennomføres også jevnlige samlinger for butikkledere i regi av kjedene med fokus på opplæring og inspirasjon.

Det er også etablert mer enn 50 kursmoduler i virksomhetens digitale læringsplattform. Enkelte av kursene er obligatoriske, mens noen er valgfrie. Felles for kursene er at de kan gjennomføres digitalt når det passer den ansatte best. I 2025 ble det etablert nye kursmoduler om *Ansvarlig på jobb* for å styrke de ansattes kunnskap om virksomhetens etiske retningslinjer, antikorrupsjonspolicy og varslingskanaler. Det ble også etablert nye kursmoduler for å støtte innføringen av et nytt kassasystem i alle butikkene. Øvrige kurs som HMS-kurs, kurs om bærekraftstema og ulike kurs for selgere og ledere i butikk med flere er etablert tidligere og vurdert som fortsatt relevante 2025.

Mangfold er viktig for VOICE, og som beskrevet over er det gjennomført flere tiltak for å sikre mangfold og inkludering blant VOICE ansatte. I henhold til norsk lovverk er det samtidig ikke tillatt å registrere etnisitet, legning, funksjonsnedsettelse eller

andre mangfoldsindikatorer i virksomhetens personalsystemer. Tilgjengelig statistikk gir derfor kun en fordeling på kjønn og alder. Statistikken understreker den høye kvinneandelen på alle aldre og nivåer, og ellers en høy andel ansatte under 30 år, som i stor grad skyldes det høye antallet unge deltidsansatte.

ANDRE ARBEIDSRELATERTE RETTIGHETER

Personvern er viktig for de ansatte, og et område det jobbes systematisk med i VOICE. Virksomheten følger personopplysningsloven og personvernforordningens krav. Det er etablert personvernombud som gir råd og fører tilsyn med virksomhetens etterlevelse av lovkravene. VOICE har fokus på dataminimering og sletterutiner, herunder sørge for automatisk sletting når mulig. Videre benytter VOICE tilgangskontroll for å sørge for at ansattes personopplysninger er tilgjengelig kun for de med tjenstlig behov. Vi benytter kameraovervåkning på enkelte områder av våre lokaler, slik som områder med kontantoppbevaring. Kameraovervåkningen er begrenset til områder hvor behovet for å forebygge farlige situasjoner og kriminalitet, samt ivareta de ansattes sikkerhet, er høyest. Kameraovervåkning er gjennomført i henhold til personopplysningsloven, arbeidsmiljøloven og forskrift om kameraovervåkning i virksomhet. Det har ikke vært registrert noen brudd på personopplysningssikkerheten som gjelder ansatte på jobb i 2025.

KURS OG OPPLÆRING

TEMA	VARIGHET I TIMER	ANTALL UNIKE KURS	ANTALL KURS (MODULER) GJENNOMFØRT
Butikklederskolen	240	1	12
Kurs om bærekraftstema		7	4 796
Ansvarlig på jobb		3	1 126
HMS		15	1 935
Ulike kurs for selgere og ledere i butikk		20	5 687
Registrering av varer med RFID		24	3 392
Kurs om nytt kassasystem		6	3 699
Dresskolen		6	1 824
Antall unike kurs		65	22 471

Arbeidere i verdikjeden

VOICE jobber kontinuerlig med å sikre rettferdige og ansvarlige arbeidsforhold for arbeidere i verdikjeden. Gjennom kontinuerlige aktsomhetsvurderinger, risikokartlegging og leverandøroppfølging og -inspeksjoner søker VOICE å sikre gode forhold for menneskene som jobber i produksjonen av våre merkevarer. Dette gjelder særlig der VOICE har en direkte relasjon med produsent (nivå 1), men også på lavere nivåer i verdikjeden (nivå 2-4).

På nivå 1 produseres majoriteten av våre klær i Asia. Kina, Bangladesh og Tyrkia utgjør våre tre største produksjonsland, med mer enn 96% av den totale produksjonen. VOICE har også produksjon i Pakistan, India og Egypt. VOICE aktsomhetsvurderinger og risikokartlegging indikerer vesentlige utfordringer og risiko relatert til tekstilindustrien i disse landene. VOICE jobber derfor kontinuerlig med å påvirke til forbedringer gjennom vår rolle som handelspartner med og innkjøper fra våre leverandører.

VOICE har etablert et omfattende system for å kvalifisere, stille krav til, følge opp og samarbeide med våre leverandører om gode forhold for arbeiderne i vår verdikjede. Sentralt i dette står VOICE retningslinjer og krav til våre leverandører, og våre etiske retningslinjer som alle leverandører må signere på, og forplikte seg til å videreformidle og jobbe med mot sine

underleverandører. Det er også gjennomført kartlegging av underleverandører til alle VOICE sluttprodusenter, og iverksatt tiltak for nominering av underleverandører for økt kontroll med risiko og forhold på lavere nivåer i verdikjeden. Som del av VOICE fiberstrategi benytter VOICE også i økende grad sertifiserte råvarer, som både gir økt sporbarhet og bedre grunnlag for kontroll med leverandører på lavere nivåer, og samtidig stiller krav rundt forholdene i produksjonen på lavere nivåer i verdikjeden.

Som hovedregel utgjør VOICE varer kun en liten andel av den totale produksjonen hos våre produksjonspartnere. I 2025 utgjorde VOICE andel av den totale produksjonskapasiteten i snitt kun 9% av produsentenes produksjon. Hos over 65% av våre produksjonspartnere utgjorde VOICE produksjon kun 5% eller mindre av den totale produksjonskapasiteten. Dette er med på å begrense våre påvirkningsmuligheter hos leverandørene. VOICE minstekrav er likevel absolutte, og forbedringstiltak gjennomføres ved behov uavhengig av VOICE størrelse for den aktuelle leverandøren.

VOICE er opptatt av arbeideres medvirkning i å påvirke egen arbeidsplass og -hverdag og innhenter synspunkter fra arbeidere i verdikjeden på flere måter. Som medlemmer av Etisk Handel Norge og deres medlemsforum for tekstil har VOICE i 2025 deltatt i flere møter med

UTVALGTE KRAV I VOICE RETNINGSLINJER FOR LEVERANDØRER

- Alle lover og reguleringer må overholdes og etterleves.
- Alle former for ufrivillig arbeid er strengt forbudt. Dette gjelder også barnearbeid. Ved mistanke om dette vil leverandørforhold settes på pause og avsluttes umiddelbart dersom forholdet bekreftes.
- Arbeidere skal ha anledning og rett til å organisere seg og forhandle kollektivt.
- Helse og sikkerhet skal ivaretas til enhver tid.
- Arbeidere skal lønnes i henhold til gjeldende lover og regler, og det skal jobbes strukturert for å heve lønnen i tråd med regionale levelønnsberegninger.
- Miljøstyringssystemer skal være etablert, og det skal jobbes kontinuerlig med å redusere leverandørens miljø- og klimaavtrykk.
- Alle former for korrupsjon, bestikkelser og uetisk forretningsførsel er forbudt.

VOICE fullstendige policyer og retningslinjer kan leses her:
<https://www.voice.no/samfunnsansvar/>

fagforeningsrepresentanter i produksjonslandene. I BSCI-inspeksjonene gjennomføres intervjuer med arbeidere og ledere ved produksjonsfabrikkene opp mot de ulike inspeksjonstemaene. I leverandør-dialogen undersøker også VOICE hvilke kanaler som er tilgjengelig for arbeiderne for å komme med spørsmål og innspill om forholdene ved fabrikken, og etterspør eksempler på innkomne saker og hvordan disse er behandlet. Utover dette lener VOICE seg på rapporter fra organisasjoner som International Trade Union Confederation, Transparency International, WRI med flere for å integrere arbeiderperspektivet i våre aktsomhetsvurderinger.

Der VOICE sine aktiviteter har forårsaket eller medvirket til negativ påvirkning eller skade på arbeidere i verdikjeden vil vi søke å gjenopprette skaden. Der leverandøren er ansvarlig for den negative påvirkningen/skaden er leverandøren også ansvarlig for gjenoppbygging, i henhold til OECDs retningslinjer for ansvarlig næringsliv. Ulike klagekanaler er tilgjengelige for arbeidere i verdikjeden. I Bangladesh og Pakistan kan klager meldes via klagemekanismen i Accord. Klager kan også rettes direkte til VOICE via barekraft@voice.no. VOICE krever også at en lokal klagemekanisme skal være tilgjengelig for arbeiderne og kontrollerer dette i våre fabrikkinspeksjoner. VOICE har ikke gjennomført gjenopprettende tiltak i 2025.

ARBEIDSFORHOLD

VOICE gjennomfører aktsomhetsvurderinger i tråd med OECDs retningslinjer for ansvarlige

verdikjeder i tekstil og sko sektoren og kravene i åpenhetsloven. Før inngåelse av avtale om produksjon må VOICE minstekrav for leverandører være oppfylt, og VOICE retningslinjer og krav for leverandører være signert på. VOICE krever en gyldig inspeksjonsrapport etter amfori BSCI rammeverket med en totalscore på minimum C (på en skala fra A til E) for å kunne inngå avtale om produksjon. VOICE benytter informasjonen fra inspeksjonsrapportene til å kartlegge status og forbedringer eller negativ utvikling i forholdene hos våre produsenter. Rapportene inneholder data om blant annet lønn, helse og sikkerhet, antall ansatte ved fabrikken, arbeidstid og arbeiderrepresentasjon.

VOICE gjennomfører i tillegg egne besøk av våre produksjonsfabrikker. I 2025 ble 11 fabrikker besøkt i Kina, India, Pakistan og Egypt. VOICE har som mål å besøke 60% av alle produksjonsfabrikker i løpet av en rullerende 3 års periode. I perioden 2023-2025 ble 38% av produksjonsfabrikkene besøkt. Den lave andelen skyldes blant annet konsolidering av leverandørbasen, hvilket innebærer at samarbeidet med flere tidligere besøkte fabrikker er avviklet, samt at det i 2025 har vært prioritert å besøke nye produksjonsfabrikker. Det er også gjennomført fabrikkbesøk i India og Pakistan, hvor VOICE har et mindre antall fabrikker som hadde gått en lengre periode uten besøk. Samtidig er 53% av fabrikkene som i 2025 stod for 80% av VOICE produksjonsvolum besøkt de siste 3 årene.



Lang **arbeidstid** og stor utbredelse av betydelig overtid er en særlig utfordring i Kina, hvor det ved 62 av 65 produsenter ble identifisert overtid ut over lovens grense i 2025. Kinesisk lovgivning tillater maksimalt 36 timer overtid per måned utover en arbeidstid på 40 timer per uke. Alle leverandører med ulovlig høy overtid har mottatt krav om å sende inn en forbedringsplan til VOICE med mål for reduksjon i overtiden og tiltak for å realisere dette. VOICE har i tillegg gjennomført opplæring av ledere ved utvalgte fabrikker gjennom [QuizRR](#) for å tydeliggjøre ledelsens ansvar for god planlegging og ressursstyring av sine ansatte. Den kinesiske

overtidskulturen er samtidig sterkt forankret og vanskelig å endre på kort sikt. VOICE har de siste to årene derfor intensivert vårt arbeid med overtidsprobatikken, og også gjennomført en rekke interne tiltak for å legge til rett for bedre produksjonsplanlegging og redusert overtid hos produsentene. Målet er å redusere andelen fabrikker i Kina med score D eller dårligere på inspeksjonsnivået ansvarlig arbeidstid med 20% innen utgangen av 2026.

Tilstrekkelig lønn er en særlig utfordring i Bangladesh, og forekommer også i Tyrkia, Kina og Egypt. En levelønnsberegning gjennomføres som del av alle BSCI-inspeksjoner. Inspeksjonene viser at alle produksjonsstedene oppfyller lovens lønnskrav, men at det likevel er et gap mellom minste utbetalte lønn og beregnet levelønn for den aktuelle fabrikken. I Bangladesh er dette gapet redusert med 7 prosentpoeng fra 2024 til 2025. Dette skyldes hovedsakelig en justering av den lovregulerte minstelønnsatsen i 2023. Tyrkia opplevde en betydelig reduksjon i lønn fra 97% av beregnet levelønn i 2022 til 61% i 2024. Dette skyldes hovedsakelig høy intern inflasjon, og synliggjør de systemiske utfordringene i å sikre levelønn. I Egypt, som utgjør et nytt produksjonsland for VOICE i året som gikk, var lønnsnivået 58% av beregnet levelønn i 2025.

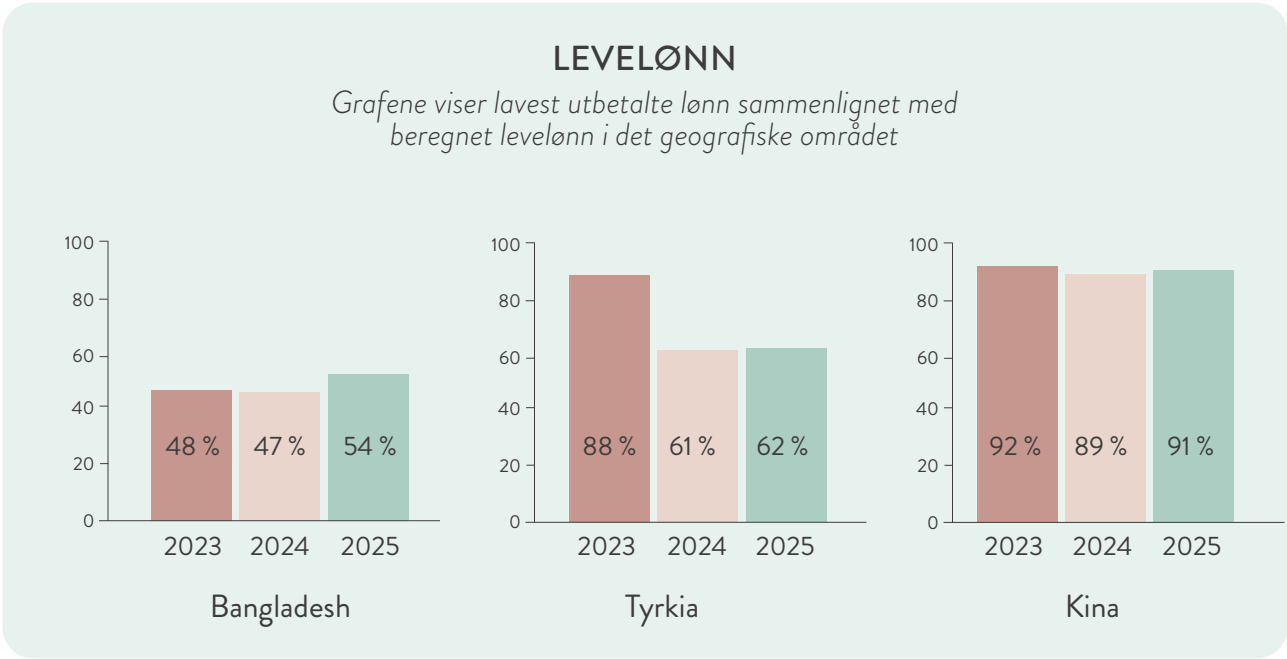
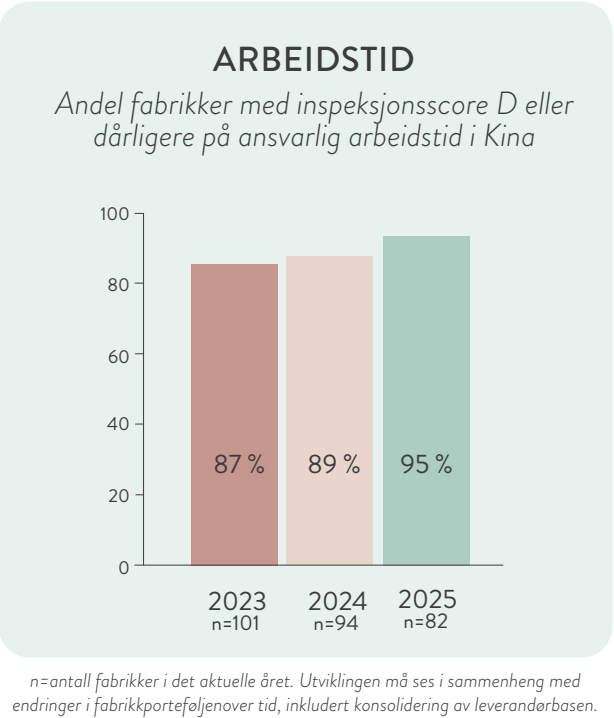
Å påvirke til økt lønn ved produksjonsstedene er krevende gitt VOICE begrensede størrelse og

påvirkning på produsentene, og grunnet hvordan politiske og makroøkonomiske faktorer påvirker lønnsutviklingen. Det er også utfordringer knyttet til selve metodikken for beregning av levelønn som gir store variasjoner både mellom land, steder og fra år til år.

Levelønn ved produksjonsfabrikkene måles ved å vurdere den lavest betalte medarbeiderens lønn opp mot beregnet levelønn for området fabrikken ligger i. Der denne lønnen ikke er på nivå med levelønn stiller VOICE krav om at leverandørene utformer og presenterer forbedringsplaner med mål og tiltak for å redusere gapet mellom faktisk lønn og beregnet

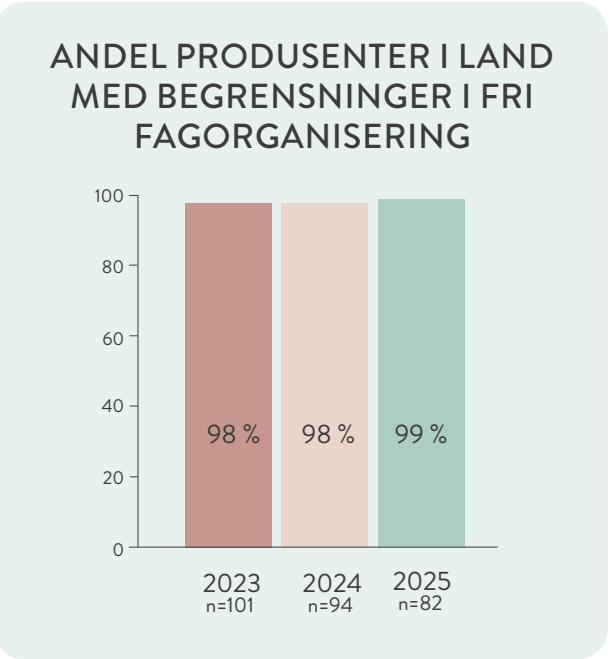
levelønn. VOICE deltar også i Etisk Handel Norges arbeidsgruppe for levelønn i verdikjeden for tekstil, og jobber sammen med andre tekstilaktører for å identifisere effektive tiltak og samarbeidsmuligheter for å skape en positiv lønnsutvikling for arbeidere i verdikjeden.

Både arbeidstid og lønn henger sammen med mulighetene til å **organisere seg** og føre **kollektive forhandlinger**. Kina har formelle begrensninger i arbeideres rettigheter til å etablere en fagforening. Bangladesh har lovfestet rett til fri fagorganisering, men utfordringer knyttet til håndheving, representasjon og praktisk gjennomføring



begrenser arbeidernes reelle muligheter til å organisere seg. Tilsvarende utfordringer forekommer også i andre produksjonsland, men vurderes som mest fremtredende i Bangladesh og Egypt.

VOICE stiller samtidig krav om arbeider-representasjon ved alle fabrikker. VOICE har fokus på å heve bevisstheten om retten til organisering og fordelene ved dette gjennom opplæring. I 2025 fullførte arbeidere og ledere ved ni fabrikker 1719 opplæringsmoduler i arbeideres rettigheter og sosial dialog gjennom QuizRR. Etter gjennomført opplæring svarte 99,5% av deltakerne at de opplevde kurset som lærerikt. For 2026 er målet å gjennomføre ytterligere opplæring ved 20 utvalgte produksjonssteder.



n=antall fabrikker i det aktuelle året.
I følge 2025 ITUC Global Rights Index ligger Bangladesh, Kina, India, Pakistan, Tyrkia og Egypt på listen over land som får 'Rating 5; No guarantee of (workers) rights'. Grafen reflekterer andel produsenter i disse landene.

Helse og sikkerhet har historisk vært en utfordring i verdikjeden for tekstiler. VOICE følger opp risiko knyttet til HMS gjennom inspeksjoner i amfori BSCI. 98% av alle VOICE leverandører hadde et inspeksjonsresultat på A eller B knyttet til HMS i 2025. Målet er at 100% av leverandører har et inspeksjonsresultat på A eller B på HMS-området til enhver tid. Dersom det avdekkes alvorlige brudd på HMS-området i inspeksjonsrapporten settes all produksjon på vent inntil leverandøren kan vise til en ny inspeksjonsrapport med en akseptabel score. VOICE krever også at alle produsenter i Bangladesh og Pakistan gjennomfører sikkerhetsinspeksjoner under Accord-avtalen, og til enhver tid er i henhold til kravene i disse.

Tekstilproduksjon har historisk også vært kjennetegnet av uformelle rammer, midlertidighet og usikre ansettelsesforhold. VOICE stiller derfor krav om at arbeidere ved fabrikker som produserer for oss skal ha et regulert og formalisert ansettelsesforhold med sin arbeidsgiver som garanterer for en fast grunnlønn og sikrer grunnleggende og lovfestede rettigheter for arbeiderne. **Sikre arbeidsplasser** er et eget inspeksjonsområde i BSCI. 100% av VOICE leverandører hadde et inspeksjonsresultat på A på dette området i 2025.

Dette indikerer at det ikke er avdekket spesifikke avvik knyttet til usikre ansettelses-forhold ved de inspiserte produksjonsfabrikkene. Samtidig utgjorde 23% av arbeidstakerne ved VOICE produksjonsfabrikker innenlandske migrantarbeidere i 2025, fortrinnsvis i Kina. Migrantarbeidere har høyere risiko for usikre og uregulerte ansettelsesforhold og manglende tilgang til lovpålagte sosiale forsikringer. VOICE har i 2025 derfor fulgt

opp alle våre leverandører i Kina med informasjon om betydningen av sosiale forsikringer og krav om å sikre at lovpålagte sosiale forsikringer er på plass.

LIK BEHANDLING OG LIKE MULIGHETER FOR ALLE
VOICE forventer og stiller krav til våre leverandører om å sikre likestilling og **lik lønn for arbeid av lik verdi** for sine medarbeidere. VOICE retningslinjer beskriver at det ikke skal forekomme noen form for diskriminering på bakgrunn av etnisk tilhørighet, religion, alder, kjønn, seksuell legning, fagforeningsarbeid eller politisk tilhørighet med flere. Det skal også sikres at ansatte ikke utsettes for noen form for **vold eller trakassering på arbeidsplassen**. Etterlevelsen av kravene kontrolleres fortrinnsvis gjennom inspeksjonsområdet ingen diskriminering, vold eller trakassering i BSCI-rammeverket. Mer enn 98% av VOICE produsenter hadde et inspeksjonsresultat på A eller B på dette inspeksjonsområdet i 2025. VOICE har et tydelig mål om at 100% av våre produsenter til enhver tid skal ha et inspeksjonsresultat på A eller B på dette området, og på det tilstøtende inspeksjonsområdet arbeideres involvering og beskyttelse. Under dette inspeksjonsområdet kontrolleres ledelsens kompetanse og evne til å jobbe strukturert og risikobasert med å sikre ansattes rettigheter uten fordommer. Over 91% av VOICE produksjonsfabrikker hadde et inspeksjonsresultat på A eller B på dette området i 2025.

Gjennom VOICE aktsomhetsvurderinger er det samtidig identifisert generell risiko for diskriminering, vold og trakassering. Diskriminering, vold og trakassering kan være vanskelige å avdekke gjennom inspeksjoner alene, og er også krevende å ta opp og endre gjennom direkte samtaler med fabrikkledelsen

på fabrikk. Å forhindre diskriminering og sikre et trygt arbeidsmiljø krever en god kultur og kompetanse i fabrikkledelsen. VOICE har derfor valgt å fokusere på kompetanseheving av ledelsen og ansatte på fabrikk.

I 2025 gjennomførte 958 arbeidere og ledere ved to av VOICE produksjonsfabrikker i India og Bangladesh et opplæringsprogram i likestilling, sikkerhet og respekt gjennom opplæringsprogrammet QuizRR. Etter gjennomført opplæring svarte 99% av deltakerne at de opplevde kurset som lærerikt. I tillegg fikk fabrikkansatte ved 57 produksjonsfabrikker i Kina, Bangladesh og India opplæring i likestilling og nulltoleranse for vold og trakassering på arbeidsplassen gjennom amfori. For 2026 er målet å gjennomføre opplæring i likestilling, sikkerhet og respekt ved 10 produksjonsfabrikker i Bangladesh.

ANDRE ARBEIDSRELATERTE RETTIGHETER
VOICE har absolutt nulltoleranse for **tvangsarbeid** og **barnearbeid**. Enhver indikasjon på dette vil medføre umiddelbar stans i produksjon og avslutning av leverandørforholdet dersom forholdet bekreftes. Tvangsarbeid, barnearbeid og unge arbeidere er egne inspeksjonsområder i BSCI. Samtlige av VOICE leverandører hadde et inspeksjonsresultat på A på disse tre inspeksjonsområdene i 2025. Det er dermed ikke avdekket eksplisitt risiko for tvangsarbeid eller barnearbeid ved VOICE produksjonsfabrikker.

VOICE aktsomhetsvurderinger synliggjør samtidig at det forekommer generell risiko for tvangsarbeid og barnearbeid i verdikjeden for tekstil. VOICE jobber kontinuerlig med å forbedre våre verdikjededata for å ha kontroll med denne risikoen. Blant annet benytter VOICE i økende grad sporbare og sertifiserte råvarer, og nominerer underleverandører for økt kontroll med risikoen på alle nivåer i verdikjeden.

Styring

Ansaret for å sikre ansvarlig forretningsskikk er integrert i VOICE styringsstruktur, -systemer og policyer. Sentrale strategier, policyer og føringer besluttes av styret og ledergruppen som beskrevet i avsnittet om organisering av bærekraft i denne rapporten. Bærekraftsavdelingen sikrer løpende oppdateringer av relevante styringssystemer for bærekraft, inkludert klimaregnskap, risikokartlegging av verdikjeden, og kvalifisering av leverandører. Systematisk og kontinuerlig måling av resultater er avgjørende og nødvendig for å sikre overholdelse av gjeldende lovverk og kontinuerlig forbedring av forholdene både i egen virksomhet og verdikjeden som helhet. VOICE kultur fremmer ansvarlighet og åpenhet som viktige verdier i det daglige arbeidet for alle ansatte.

STYRING

TEMA	Undertema	Kontekst i verdikjeden
Forretnings-skikk	• Vern mot gjengjeldelse for varslere • Forvaltning av leverandørrelasjoner • Korrupsjon og bestikkelser	Ansvarlighet er en av fire verdier i VOICE og rammer inn virksomhetens arbeid med bærekraft og etisk forretningsdrift i alle deler av organisasjonen.

VERN MOT GJENGJELDELSE FOR VARSLERE

Varsling er et viktig virkemiddel i arbeidet med å avdekke både faktiske hendelser og risiko for brudd på VOICE policyer og retningslinjer. Ansatte i VOICE oppfordres til å varsle, og har også anledning til å varsle i tilfeller der de har mistanke eller er usikre på om deres observasjoner er indikasjoner på risiko eller brudd på policyer eller lovverk.

Det er etablert flere varslingskanaler i VOICE. Ansatte oppfordres til å varsle direkte til nærmeste leder ved mistanke om kritikkverdige forhold. Det er også anledning til å varsle direkte til tillitsvalgt, verneombud eller HR-avdelingen om ønskelig. VOICE har også et avvikssystem i VOICE personalsystem som er tilgjengelig for alle ansatte, og hvor det kan varsles om små og store avvik. Det er i tillegg etablert en offentlig tilgjengelig epostadresse, barekraft@voice.no hvor enhver som måtte ønske kan rette henvendelser, varsler og spørsmål til VOICE.

Ethvert varsel er gjenstand for grundig gjennomgang, og behandles i henhold til arbeidsmiljølovens regler om varsling.

VOICE rutiner for håndtering av varslinger er beskrevet i virksomhetens HMS-håndbok som er tilgjengelig for alle ansatte i VOICE personalsystem. Det er også etablert et obligatorisk HMS-kurs for å sikre at alle ansatte vet hvordan de kan varsle. HR-avdelingen har ansvar for å følge opp varsler og sikre rett behandling av disse. VOICE vil innhente ekstern bistand ved behov.

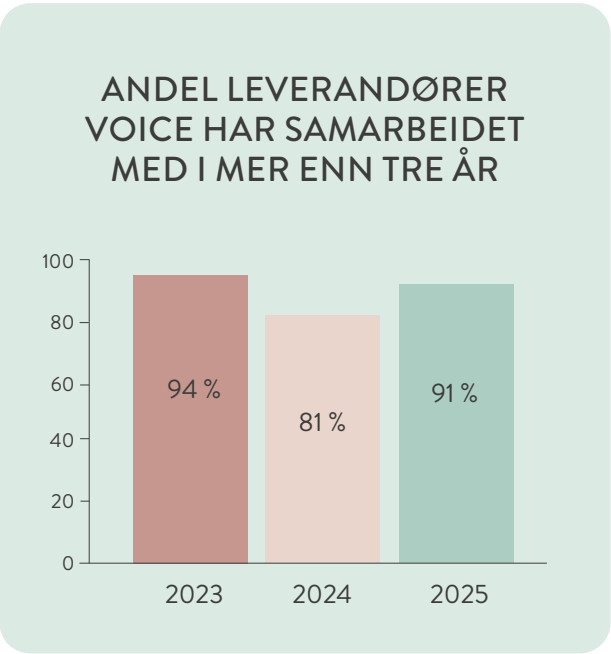
Det er ikke etablert en egen policy for vern mot gjengjeldelse. VOICE rutiner for varslingshåndtering refererer samtidig til arbeidsmiljøloven og understreker lovens forbud mot gjengjeldelse. VOICE har ikke planer om å utarbeide en egen policy for dette området per dags dato.

FORVALTNING AV LEVERANDØRRELASJONER

VOICE har etablerte prosesser og ansvarsforhold knyttet til valg og oppfølging av virksomhetens leverandører. Det er etablert en egen sourcing avdeling som har ansvar for å forvalte VOICE leverandørbase, og i samarbeid med bærekraftsavdelingen sikre at det gjennomføres aktsomhetsvurderinger og kontroll av at VOICE sine minstekrav for

leverandører er oppfylt før nye avtaler inngås. Dette gjelder for alle merkevarer som VOICE selv eier. Egne merkevarer utgjorde 92,5% av VOICE omsetning i 2025.

De øvrige 7,5% består av eksterne merkevarer. Innkjøpere i hver av VOICE butikkjeder inngår avtaler og gjør innkjøp av eksterne merkevarer. Også i disse tilfellene må leverandøren signere på VOICE etiske retningslinjer og dele informasjon om hvordan de gjennomfører aktsomhetsvurderinger for sin virksomhet og verdikjede. Informasjonen gjennomgås av bærekraftsavdelingen som innstiller til om en avtale kan inngås.



Medarbeidere i sourcing og innkjøpere i kjedene utgjør rollene med størst betydning i forvaltningen av VOICE leverandørrelasjoner. Disse har derfor jevnlig møter med bærekraftsavdelingen for å motta nødvendig informasjon og opplæring for å sikre en ansvarlig leverandøroppfølging. Majoriteten av medarbeiderne i sourcing og innkjøp har også deltatt på kurs i ansvarlig innkjøpspraksis i regi av Etisk Handel Norge.

Sentralt i å sikre ansvarlige leverandørkjeder er langsiktige leverandørforhold. VOICE har jobbet med flere av våre leverandører i mer enn 25 år. Gjennomsnittlig lengde på leverandørrelasjonen blant eksisterende leverandører er på over 10 år. Dette danner grunnlag for gjensidig tillit og kontinuerlig forbedring av forholdene i verdikjeden. VOICE har mål om maksimalt 20% endring i basen av produksjonsfabrikker fra år til år. Nye fabrikker utgjorde 12% av totalen i 2025.

VOICE har etablert standardiserte leverandøravtaler og betalingsbetingelser. Som hovedregel forhåndsbetales varekjøp til VOICE merkevarer 15 dager før varene ankommer Oslo Havn. Øvrige varer, innkjøp og avtaler betales i henhold til forfallsdato angitt av leverandør. Samtlige betalinger er gjennomført i henhold til gjeldende betalingsbetingelser i 2025. VOICE har ingen pågående tvister om manglende betaling.

KORRUPSJON OG BESTIKKELSER

VOICE har nulltoleranse for korrupsjon og bestikkelser. Dette er beskrevet i VOICE policy for bærekraftig forretningspraksis. Det er også utarbeidet en detaljert antikorrupsjonspolicy som beskriver prinsipper for å redusere risikoen for korrupsjon og bestikkelser. Antikorrupsjonspolicyen beskriver også den enkelte medarbeiders ansvar og forventet opptreden i møte med leverandører, kolleger og samarbeidspartnere, samt varslingsrutiner ved mistanke om korrupsjonsrelaterte aktiviteter eller risiko for korrupsjon eller bestikkelser.

I VOICE sin risikokartlegging og aktsomhetsvurderinger er det identifisert særlig risiko for korrupsjon i lys av VOICE sine relasjoner med leverandører og produsenter i Tyrkia og Egypt, og middels risiko i Kina, Bangladesh og India. Ansatte som har direkte kontakt med leverandører og forretningsrelasjoner i disse landene er særlig eksponert for risiko knyttet til korrupsjon og bestikkelser.

Det er utviklet en egen opplæring i VOICE rutiner for å sikre en bærekraftig forretningspraksis, som inkluderer en egen modul om virksomhetens etiske retningslinjer, antikorrupsjonspolicy og varslingskanaler. Opplæringen er obligatorisk for alle ansatte i virksomheten. Det er ikke rapporter om eller identifisert korrupsjonshendelser eller bestikkelser i 2025.

Styrets erklæring om bærekraftsrapporten

Vi bekrefter at denne bærekraftsrapporten for VOICE er utformet i tråd med føringene i EUs Corporate Sustainability Reporting Directive.

Rapporten bygger på VOICE sin vesentlighetsvurdering som ble gjennomført høsten 2024 og fokuserer på temaene som ble identifisert som vesentlige i denne prosessen. Vesentlighetsanalysen følger metodebeskrivelsene i EFRAGs sektoragnostiske standarder og er gjennomført med støtte fra EY.

I rapporteringen er det så langt som mulig tatt sikte på å svare ut de kvantitative og kvalitative datapunktene som er spesifisert i EFRAGs standarder for alle tema som er identifisert som vesentlige for VOICE. Det tas likevel forbehold om manglende data og/eller definisjonsmessige avvik. VOICE er per 2025 ikke omfattet av CSRD-lovgivningen, men anerkjenner nytten av et standardisert rammeverk for bærekraftsrapportering. Som konsekvens av dette er rapporten ikke gjennomgått av revisor.

Bærekraftsrapporten er utformet av leder for bærekraft i VOICE, med støtte fra det øvrige bærekraftsteamet, og gjennomgått av styret.

Oslo, 23. juni 2026

Styret i VOICE Norge AS



Styrets leder: Alexander Sunde



Nestleder: Pål Heldrup Rasmussen



Styremedlem: Jan Henning Kjørlien



Styremedlem: Gry Stubstad



Datakilder og utregningsmetoder

Data som danner grunnlag for rapportering av status og måloppnåelse på de ulike områdene i denne rapporten stammer fra en rekke ulike kilder. VOICE har ikke ett enhetlig system for administrasjon av data knyttet til bærekraft, men benytter virksomhetens systemer som støtter den ordinære oppgaveutførelsen på områder som HR, produktutvikling, innkjøp og drift til å samle inn data som er relevante for denne rapporten.

Teksten som følger redegjør for datakilder og utregningsmetoder for de ulike delene av denne bærekraftsrapporten.

Miljø KLIMAGASSUTSLIPP

VOICE benytter CEMAsys som system-leverandør for å beregne vårt klimaregnskap. CEMAsys system for klimaregnskap inneholder utslippsfaktorer basert på anerkjente offentlige referanse kilder, deriblant UK Department for Energy Security and Net Zero, Cornerstone, Ecolnvent med flere.

Utslippsfaktorene brukes i kombinasjon med aktivitetsdata fra VOICE for å beregne virksomhetens utslipp i både scope 1, 2 og 3. Aktivitetsdataen kommer fra en rekke ulike interne kilder i VOICE:

Scope 1

Firmabiler (fossilt drivstoff): Beregnes med utgangspunkt i det faktiske drivstofforbruket til virksomhetens firmabiler som benytter fossilt drivstoff. Data om drivstofforbruk innhentes fra leasingselskapet.

Scope 2

Firmabiler (elektrisk drivstoff): Beregnes med utgangspunkt i det faktiske strømforbruket til virksomhetens firmabiler som benytter elektrisk drivstoff. Data om strømforbruket innhentes fra leasingselskapet.

Strømforbruk ved hovedkontor, lager og butikker:

Basert på faktisk strømforbruk som avlest av de ulike lokasjonenes strømmålere. For butikker uten egen strømmåler estimeres forbruk basert på snittforbruk i øvrige butikker, justert for butikkens størrelse.

Scope 3

Egen produksjon: Beregnet med utgangspunkt i VOICE materialregnskap. Materialregnskapet beregner det totale fiber-/råvareforbruket for summen av alle hovedmaterialer og fyllmaterialer i alle produkter fra VOICE merkevarer. Tilbehørskomponenter som fôr, knapper, glidelåser og andre detaljer er ekskludert på grunn av manglende beregningsstandarder.

Med utgangspunkt i materialregnskapet beregnes utslippene for nivå 1 til 4 i verdikjeden ved bruk av materialspesifikke utslippsfaktorer. Utslippsfaktorene er etablert med utgangspunkt i tilgjengelig forskning, i tråd med standardene i GHG-protokollen.

Der hvor VOICE har primærdata fra produksjonsleverandører på nivå 1 benyttes dette i kombinasjon med generelle utslippsfaktorer for nivå 2 til 4. I 2025 ble det innhentet primærdata fra 11 produksjonsleverandører på nivå 1 som til sammen utgjør 41,7% av det årlige produksjonsvolumet. Utslippsdata per produkt innhentes gjennom Higg FEM, som sammen med data om innkjøpsvolum fra den aktuelle produsenten gir beregningen av utslippene på nivå 1.

Eksterne merkevarer: I mangel på detaljerte data om materialkomposisjon og -mengde fra eksterne merkevareleverandører er det tatt utgangspunkt i gjennomsnittlig vekt og materialkomposisjon for egne merkevarer. Med utgangspunkt i dette er gjennomsnittlig utslipp per plagg i en varegruppe beregnet og summert. For sko, smykker og andre ikke-tekstilprodukter er det etablert egne utslippsfaktorer basert

på gjennomsnittsberegninger av utslipp i sammenliknbare varekategorier.

Transport og distribusjon fra lager til butikk

og kunder: Detaljerte utslippsdata er innhentet fra relevante transportører.

Transport og distribusjon fra produksjonsland til hovedkontor/-lager:

Detaljerte utslippsberegninger er innhentet fra relevante transportører.

Tjenestereiser: Detaljert utslippsrapport er innhentet fra VOICE reisebyråpartner. Radiative Forcing Index (RFI) på 1,7 benyttes i beregningene. Tjenestereiser med privatbil er beregnet med utgangspunkt i utbetalt kjøregodtgjørelse for antall kilometer kjørt, som registrert i VOICE økonomisystem.

Driftstjenester (varer og tjenester): Utslippstall er basert på vitenskapelige estimater som regner om innkjøpsverdi til CO2-ekvivalenter. Primærdata benyttes dersom tilgjengelig.

Avfall: Avfallsdata for hovedkontor og lager er levert av Norsk Gjenvinning AS og SOCS Renovasjon. Mengden avfall i butikk estimeres basert på mengden vareemballasje i papp og plast sendt fra lager. Emballasje antas å utgjøre den største avfallsmengden i butikk.

Drivstoff- og energi: I scope 3 beregnes utslipp fra produksjonen av energi med utgangspunkt i forbruksdata som benyttes i scope 1 og 2.

Siden utregning av VOICE første klimaregnskap i 2021 har flere utslippsfaktorer blitt oppdatert. I disse tilfellene er utslippene i tidligere regnskapsår utregnet på nytt.

ENERGI

Oppgitt forbruk er basert på fakturert strøm til hovedkontor, lager, butikker og pendlerboliger. For 14 % av butikkene inngår strøm i leieavtalen. I disse tilfellene er gjennomsnittlig strømforbruk fra øvrige butikker benyttet, justert for butikkens størrelse. Det faktiske energiforbruket til leasede hybrid- og elbiler er innhentet fra leasingselskap. Energiproduksjonen fra solcelleanlegget ved VOICE lager er innhentet fra anleggseier.

RESSURSBRUK

VOICE materialregnskap beregner det totale fiber-/råvareforbruket for alle sesong- og basisprodukter (NOS) levert i løpet av 2025. Beregningen summerer hovedmaterialer og fyllmaterialer, mens mindre komponenter som för, knapper, glidelåser og andre detaljer er ekskludert på grunn av manglende beregningsstandarder. Fiberforbruket er oppgitt i kilo. Det er benyttet egne konverteringsfaktorer for hver fibertype, basert på anerkjente metoder

fra Better Cotton og Textile Exchange. For plagg med fyllmateriale er det lagt til grunn at fyllet utgjør 31% av produktvekten.

AVFALL

Avfallsdata for VOICE hovedkontor og lager leveres av Norsk Gjenvinning og SOCS Renovasjon.

Sosial

EGEN ARBEIDSSTYRKE

Data om ansatte i VOICE er hentet fra virksomhetens digitale personalsystem. Tallene er hentet ut 6. januar 2026 og representerer antallet ansatte på denne datoen. Statistikken refererer til antall personer uavhengig av om disse er ansatt i en heltids- eller deltidsstilling, og fast eller midlertidig stilling, med mindre dette er spesifisert i den aktuelle statistikken.

Data om deltidsansattes syn på egen stillingsbrøk og ønsker om endringer i denne er hentet fra en spørreundersøkelse sendt ut til alle deltidsansatte i november 2024. Andeler som har gjennomført en medarbeidersamtale er beregnet med utgangspunkt i svarene i VOICE medarbeiderundersøkelse som ble sendt ut i januar 2026.

Beregningen av ansatte som er dekket av en tariffavtale tar utgangspunkt i antall ansatte som

jobber i en virksomhetsenhet hvor de ansatte har søkt om tariffavtale delt på det totale antallet ansatte i virksomheten.

Statistikk om VOICE kurstilbud og deltakelse er hentet fra virksomhetens digitale opplærings-system. Dataen viser antall gjennomførte kurs per kursmodul i opplæringssystemet i 2025. Deltakelsen på Butikklederskolen er registrert manuelt og inkludert oversikten. Antall unike kurs samt antall gjennomførte kurs og moduler er deretter summert og oppgitt.

ARBEIDERE I VERDIKJEDEN

Data og statistikk om arbeidere i verdikjeden, og om inspeksjonsresultater og VOICE andeler av produksjonsvolum er beregnet med utgangspunkt i data fra produksjonsfabrikkenes inspeksjonsrapporter. Denne dataen er hentet ut fra amforis statistikkdatabase og sammenstilt med data om ordrevolum og -verdier fra VOICE økonomisystem. På bakgrunn av dette er det beregnet andeler fabrikker som faller innenfor de ulike inspeksjonsresultatene i hver enkelt inspeksjonskategori og totalt, på en skala fra A til E, samt VOICE andel av den totale produksjonen ved hver enkelt fabrikk.

Levelønn er beregnet av inspektør etter Anker-metoden i forbindelse

med gjennomføringen av den enkelte fabrikkinspeksjonen. Laveste utbetalte lønn som er identifisert ved fabrikken deles deretter på beregnet levelønn for å beregne gapet mellom laveste lønn og beregnet levelønn ved hver enkelt fabrikk. I beregningen av gapet mellom laveste lønn og levelønn i hvert enkelt land benyttes gjennomsnittlig lønnsgap for alle VOICE produksjonsfabrikker i det aktuelle landet.

Statistikk om opplæring av arbeidere i verdikjeden er hentet fra VOICE opplæringspartner QuizRR og amfori, som leverer årlig statistikk på gjennomført opplæring hos våre produksjonspartnere i foregående kalenderår. Andelen som oppgir at opplæringen oppleves som nyttig er basert på deltakernes egne vurderinger og gir uttrykk for deres opplevde læringsutbytte

Styring

FORVALTNING AV LEVERANDØRRELASJONER

Data om varigheten på VOICE leverandørrelasjoner er basert på registrert oppstarts-dato for kundeforholdet. Datoene danner grunnlag for utregning av varigheten på kundeforholdet til den enkelte leverandør.



ESRS oversikt

ESRS 2 | GENERELL RAPPORTERING

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS 2 BP-1	Generelt grunnlag for utarbeiding av bærekraftsrapporter	24
ESRS 2 BP-2	Opplysninger i forbindelse med særlige omstendigheter	Ikke gjeldende
ESRS 2 GOV-1	Administrasjons-, ledelses- og kontrollorganenes rolle	34-37
ESRS 2 GOV-2	Opplysninger som gis til foretakets administrasjons-, ledelses- og kontrollorganer, og bærekraftsforhold som behandles av disse organene	34-37
ESRS 2 GOV-3	Integrering av bærekraftsrelaterte resultater i insentivordninger	34
ESRS 2 GOV-4	Erklæring om aktsomhetsvurdering	42-43
ESRS 2 GOV-5	Risikostyring og internkontroll med bærekraftsrapportering	34-37
ESRS 2 SBM-1	Strategi, forretningsmodell og verdikjede	26-33
ESRS 2 SBM-2	Interessenters interesser og synspunkter	38-41
ESRS 2 SBM-3	Vesentlige påvirkninger, risikoer og muligheter og deres samspill med strategi og forretningsmodell	26-28, 45, 46, 83, 102
ESRS 2 IRO-1	Beskrivelse av prosessen for å fastsette og vurdere vesentlige påvirkninger, risikoer og muligheter	44
ESRS 2 IRO-2	Opplysningskrav i ESRS-standarder som er omfattet av foretakets bærekraftsrapport	44-45, 46, 83, 102

ESRS E1 | KLIMAENDRINGER

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E1-1	Omstillingsplan for begrensning av klimaendringer	48-53
ESRS E1-2	Policyer for begrensning av og tilpasning til klimaendringer	50-51 Ikke vesentlig: Klimatilpasning
ESRS E1-3	Tiltak og ressurser i forbindelse med policyer for klimaendringer	49
ESRS E1-4	Mål knyttet til begrensning av og tilpasning til klimaendringer	48-53 Ikke vesentlig: Klimatilpasning
ESRS E1-5	Energiforbruk og energimiks	64-65
ESRS E1-6	Brutto klimagassutslipp innenfor scope 1, 2, 3 og samlede klimagassutslipp	56-57
ESRS E1-7	Prosjekter med hensyn til fjerning av klimagasser og begrensning av klimagassutslipp finansiert ved hjelp av karbonkreditter	63
ESRS E1-8	Intern karbonprising	63
ESRS E1-9	Forventede finansielle virkninger av vesentlige fysiske risikoer og overgangsrisikoer samt potensielle klimarelaterte muligheter	63

ESRS E2 | FORURENSNING

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E2-1	Policyer i forbindelse med forurensning	66-67
ESRS E2-2	Tiltak og ressurser i forbindelse med forurensning	66-67
ESRS E2-3	Mål knyttet til forurensning	66-67
ESRS E2-4	Forurensning av luft, vann og jord	66-67 Ikke vesentlig: Forurensning av vann og jord
ESRS E2-6	Forventede finansielle virkninger av forurensningsrelaterte påvirkninger, risikoer og muligheter	66

ESRS E3 | VANN OG MARINE RESSURSER

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E3-1	Policyer for vann og marine ressurser	68 Ikke vesentlig: Marine ressurser
ESRS E3-2	Tiltak og ressurser i forbindelse med vann og marine ressurser	68-69 Ikke vesentlig: Marine ressurser
ESRS E3-3	Mål knyttet til vann og marine ressurser	68 Ikke vesentlig: Marine ressurser
ESRS E3-4	Vannforbruk	68-69
ESRS E3-5	Forventede finansielle virkninger av påvirkninger, risikoer og muligheter knyttet til vann og marine ressurser	68 Ikke vesentlig: Marine ressurser

ESRS E5 | RESSURSBRUK OG SIRKULÆR ØKONOMI

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E5-1	Policyer for ressursbruk og sirkulær økonomi	70-71, 78, 80
ESRS E5-2	Tiltak og ressurser i forbindelse med ressursbruk og sirkulær økonomi	70-71, 78, 80
ESRS E5-3	Mål knyttet til ressursbruk og sirkulær økonomi	70-71, 78
ESRS E5-4	Inngående ressurser	71-77
ESRS E5-5	Utgående ressurser (avfall)	78-80 Ikke vesentlig: Produkter og materialer
ESRS E5-6	Forventede finansielle virkninger av påvirkninger, risikoer og muligheter knyttet til ressursbruk og sirkulær økonomi	71

ESRS S1 | EGNE ARBEIDERE

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS S1-1	Policyer i forbindelse med egen arbeidsstyrke	84-85
ESRS S1-2	Rutiner for kontakt med egen arbeidsstyrke og arbeidstakerrepresentanter om påvirkninger	38-41, 90-91
ESRS S1-3	Rutiner for å avhjelpe negative påvirkninger og kanaler der egen arbeidsstyrke kan gi uttrykk for bekymringer	103
ESRS S1-4	Tiltak knyttet til vesentlige påvirkninger på egen arbeidsstyrke og strategier for å håndtere vesentlige risikoer og utnytte vesentlige muligheter i forbindelse med egen arbeidsstyrke, og effektiviteten av disse tiltakene	90-92
ESRS S1-6	Opplysninger om foretakets ansatte	84-89
ESRS S1-8	Kollektivavtalers dekning og dialog mellom partene i arbeidslivet	90
ESRS S1-9	Mangfoldsindikatorer	86-89, 91-92
ESRS S1-10	Tilstrekkelig lønn	90
ESRS S1-13	Måleindikatorer for opplæring og kompetanseutvikling	91-93
ESRS S1-14	Måleindikatorer for arbeidsmiljø	83, 85, 91

ESRS S2 | ARBEIDERE I VERDIKJEDEN

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS S2-1	Policyer for arbeidere i verdikjeden	94-96
ESRS S2-2	Rutiner for kontakt med arbeidere i verdikjeden om påvirkninger	38-41, 94-96
ESRS S2-3	Rutiner for å avhjelpe negative påvirkninger og kanaler der arbeidere i verdikjeden kan gi uttrykk for bekymringer	96-101
ESRS S2-4	Tiltak knyttet til vesentlige påvirkninger på arbeidere i verdikjeden og strategier for å håndtere vesentlige risikoer og utnytte vesentlige muligheter i forbindelse med arbeidere i verdikjeden, og effektiviteten av disse tiltakene	96-101
ESRS S2-5	Mål for hvordan vesentlige negative påvirkninger skal håndteres, positive påvirkninger styrkes og vesentlige risikoer og muligheter håndteres	96-101

ESRS G1 | FORRETNINGSSKIKK

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS G1-1	Policyer for god forretningsskikk og bedriftskultur	43, 103-105
ESRS G1-2	Håndtering av forbindelser med leverandører	103-104
ESRS G1-3	Forebygging og avdekking av korrupsjon og bestikkelser	105
ESRS G1-4	Tilfeller av korrupsjon eller bestikkelser	105
ESRS G1-6	Betalingspraksis	104

Layout:
Sult Oslo

Trykkeri:
Kraft digitalprint



V'oice

Pontoppidans gate 7, 0462 Oslo

Sentralbord: 22 54 55 00

voice.no