



V'VOICE

Bærekraftsrapport 2024

Innhold

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
<i>(Sustainability statement)</i>	
Generell informasjon	25
• VOICE bærekraftsstrategi	26
• Verdikjeden og leverandørene	30
• Organisering av bærekraft	34
• Interessentdialog og -involvering	38
• Aktsomhetsvurderinger	42
• Dobbel vesentlighetsanalyse	44
Miljø	46
• Klimaendringer	48
• Energi	62
• Forurensning	64
• Vann	66
• Ressursbruk og sirkulærøkonomi	69
Sosial	80
• Egen arbeidsstyrke	82
• Arbeidere i verdikjeden	92
Styring	100
• Vern mot gjengjeldelse for varslere	101
• Forvaltning av leverandørrelasjoner	101
• Korrupsjon og bestikkelser	103
 Styrets erklæring om bærekraftsrapporten	 104
Datakilder og utregningsmetoder	106
ESRS oversikt/index	110



Ord fra administrerende direktør JOHNNY OTTESEN

Vi er stolte av arbeidet vårt med samfunnsansvar og bærekraft i VOICE. Ansvarlighet er en sentral verdi og kulturbærer i organisasjonen vår, og arbeidet med å sikre at VOICE har en ansvarlig forretningspraksis har lange tradisjoner i selskapet. Innsatsen for å sikre menneskerettigheter og sosiale forhold i produksjonen av produktene strekker seg tilbake et kvart århundre. Samtidig har miljøområdet blitt stadig viktigere, og krever et mer strukturert og omfattende arbeid enn



tidligere. Selv om nyhetsbildet har vært preget av mye annet i 2024 er fortsatt klimaendringene vår tids største utfordring. Denne anerkjennelsen ligger fortsatt til grunn for bærekraftsarbeidet i VOICE.

For det er ikke til å komme unna at klesindustrien har et stort klimaavtrykk. Som en virksomhet i klesbransjen har vi derfor et særlig ansvar for å redusere vårt miljø- og klimaavtrykk. Og det er et ansvar vi tar på største alvor i VOICE.

Derfor er vi stolte av at vi i 2024 faktisk har klart å redusere utslippene fra produksjonen av klærne som selges i butikkene våre. Relativt til omsetning er VOICE sine utslipp redusert med 19,9% siden 2021. Utslippene per plagg er redusert med 4% i samme periode. Dette har vi først og fremst fått til gjennom gode materialvalg. Ved utgangen av 2024 er vi nær ved å realisere ambisjonen vår om å benytte 100% foretrukne fibre – det vil si fibre som er del av en ordning eller sertifisering som blant annet sikrer lavere miljøpåvirkning. Vi har også redusert alle transportrelaterte utslipp med mer enn 34% siden 2021.

Vi er stolte av resultatene. Samtidig anerkjenner vi at det kun er et lite steg på veien mot dit vi skal, og vi vet vi at vi fortsatt har mye arbeid

foran oss. I 2025 skal vi redusere VOICE egne utslipp til 0 – gjennom å bytte ut våre siste firmabiler med elbiler, og kun benytte fornybar energi i alle våre butikker, og på vårt hovedkontor og lager. Vi skal også i gang med å verifisere reduksjonsmålene våre for å sikre at vi er i tråd med de globale målene for utslippsreduksjon som er beskrevet i FNs Parisavtale.

I VOICE har vi et uttalt mål om å lage merkevarer og klær folk blir glad i og bruker lenge. VOICE skal tilby komfortable kvalitetsklær som blir likt av mange, har lang levetid og et uttrykk som gjør at plaggene blir brukt lenge. Dette er også et av de viktigste miljøbidragene våre – og i tråd med prinsippene i EUs strategi for mer bærekraftige og sirkulære tekstiler. Vi tror stadig flere verdsetter merkevarer som er tuftet på kvalitet og varighet heller enn 'fast fashion'. Å levere på dette er blant de viktigste bidragene våre til en mer bærekraftig klesbransje, og står helt sentralt i vår bærekraftstrategi.

2024 markerer også starten på innføringen av nye regelverk for tekstilbransjen, hvor EU holder dirigentstokken. De nærmeste årene vil det ruller ut regelverk knyttet til blant annet håndtering av tekstilavfall (produsentansvar), design- og produktkrav for klær, strengere kjemikaliekrav

og åpenhet om sosiale og miljømessige forhold i verdikjeden. Dette er en utvikling vi i VOICE er positive til. Skal vi lykkes med å skape mer bærekraftige klær så må alle gode krefter komme sammen. Det er også viktig at alle er med på laget – og at ikke noen slipper unna med å tenke at det ikke er så farlig – og da trenger vi hjelp fra myndighetene.

Vi skal fortsette å arbeide målrettet og med stor innsats for å sikre ansvarlighet i produksjonen av klærne våre, og for å redusere utslippene våre ytterligere i årene som kommer. Hvordan vi jobber med dette kan du lese mer om i denne rapporten.

Vårt arbeid med å utvikle mer ansvarlige og bærekraftige produkter, verdikjeder og forretningsdrift vil fortsette med uforminsket styrke i årene som kommer.

Johnny Ottesen

Ord fra leder for bærekraft JAN THOMAS HAGEN

Arbeidet med bærekraft i VOICE har hatt en positiv utvikling i 2024. Som selskap har vi fortsatt en ambisjon om å bidra til en mer bærekraftig verden gjennom å drive med klær – intet mindre. Det er en ambisjon som forplikter, og som krever at vi jobber systematisk med å sikre at handlingene til alle ansatte i VOICE har en positiv påvirkning på våre kunder, leverandører og medarbeidere i klesproduksjonen.

For min egen del har 2024 vært et litt annerledes år. Jeg kom i august tilbake på jobb etter seks måneder i pappaperm. I pappaperm har jeg og sønnen min fortrinnsvis fungert som frittstående rådgivere i arbeidet med å utarbeide VOICE sin første bærekraftsrapport, som ble publisert i juni 2024. Resten av bærekraftsteamet i VOICE gjorde en fantastisk jobb med rapporten, og vi er veldig stolte av resultatet.

Nå er vi klare for rapport nummer to. Nytt i år er at rapporten følger EUs nye standard for bærekraftsrapportering – også kalt CSRD. I VOICE ønsker vi å være åpne om hva vi gjør, og ser positivt på etablering av standarder som gjør det enklere å lese og sammenlikne resultater på bærekraftsområdet mellom ulike virksomheter. Sentralt i CSRD ligger prinsippet om at det skal rapporteres på de områdene som er mest vesentlige innenfor bærekraftsfeltet – det vil si de områdene hvor



en virksomhet har størst påvirkning, risiko eller muligheter tilknyttet ulike bærekraftstema. Vi er stolte av å ha mye å vise til på disse områdene, og som du kan lese mer om i denne rapporten.

CSRD-standarder innebærer samtidig at enkelte bærekraftstema ikke er dekket i rapporten. Det betyr ikke at temaene ikke er viktige for VOICE, eller at vi ikke jobber med disse! Om du har spørsmål om hvordan vi jobber med bærekraft og ikke finner

svarene i denne rapporten kan du lese mer på våre hjemmesider voice.no eller sende en e-post til barekraft@voice.no.

Å komme tilbake fra pappaperm har vært en overgang. I perm er man virkelig koblet på det nære, og de basale behovene som søvn, mat og lek. Samtidig går tankene lett til store spørsmål som hva slags verden barna våre vil arve. Da er det fint å ha som jobb å endre verden til det bedre.

Fire uker etter endt perm stod jeg på fabrikkgulvet hos en av våre produksjonspartnere i Kina. Her fikk jeg møte mennesker som jobber hver dag for å lage klær med høy kvalitet, og som samtidig jobber aktivt med å redusere utslippene sine. Solceller var allerede på plass på taket, og det var utarbeidet planer for å redusere energibruk og avfallsmengder ved fabrikkene. Inntrykket jeg får når jeg er på leverandørbesøk er at det skjer endringer hver dag, og at det investeres kontinuerlig i bedre og mer miljøvennlige produksjonsmetoder.

Det lover godt med tanke på VOICE sine ambisjoner om å redusere våre utslipp med 55% per plagg innen 2030. Målet er hårete og vil fortsatt kreve nøysom innsats i de fem årene som gjenstår. Reisen er godt i gang, og endringene kan man begynne å se 'på bakken' i produksjonslandene.

Samtidig holder det ikke å føle på endringene. Å skape en positiv utvikling krever at vi jevnlig tar status, vurderer og iverksetter nye tiltak for kontinuerlige forbedringer i verdikjeden. I 2024 har vi derfor samlet inn førstehåndsmiljødata fra alle våre produksjonspartnere. Vi har også gjennomført de første miljøinspeksjonene på utvalgte fabrikker. Dette gir oss helt nye verktøy for å ikke bare 'føle på' fremdriften, men måle den år for år, og ta bedre valg på bakgrunn av hva dataene forteller oss.

I 2025 vil vi fortsette å jobbe med leverandørene våre, stille krav, måle og drive en kunnskapsbasert utvikling av bærekraftsarbeidet vårt. Vi skal fortsatt være best på det som teller mest på bærekraftsområdet, ha fokus på å lage klær med høy kvalitet og lang levetid, og iverksette tiltak som har effekt i bredden av det vi driver med. Vi skal fortsette å undersøke, teste og lære, samarbeide med våre venner (og konkurrenter) i bransjen, følge med og bidra til forskning og politikkutvikling med utgangspunkt i erfaringene våre.

Bare gjennom å ta tak i utfordringene som ligger foran oss kan vi lykkes. Vi håper at du vil finne det lærerikt å lese om arbeidet vårt i denne rapporten.

Jan Thomas Hagen

Om VOICE

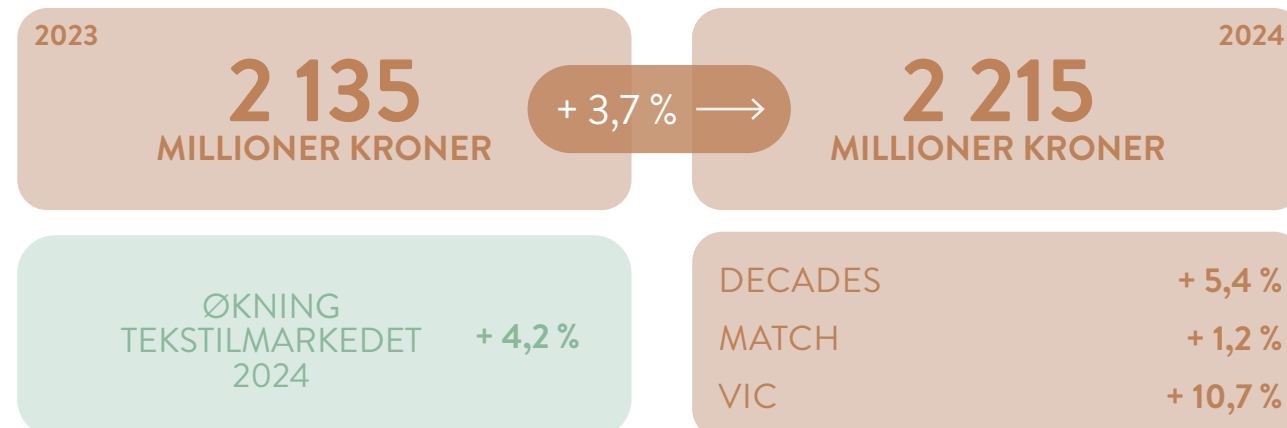
Voice Norge AS er et heleid norsk selskap som designer og selger klær, og et ledende selskap innen norsk mote og tekstilhandel. VOICE eier kleskjedene Match, VIC og Decades. Vår merkevareavdeling består av 13 klesmerker, med Jean Paul som den mest kjente. Vi utvikler alle våre kolleksjoner og drifter 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 2024 for 2 215 mNOK. 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 2023 496,86 MILLIONER KRONER
EBITDA 2024 485,50 MILLIONER KRONER



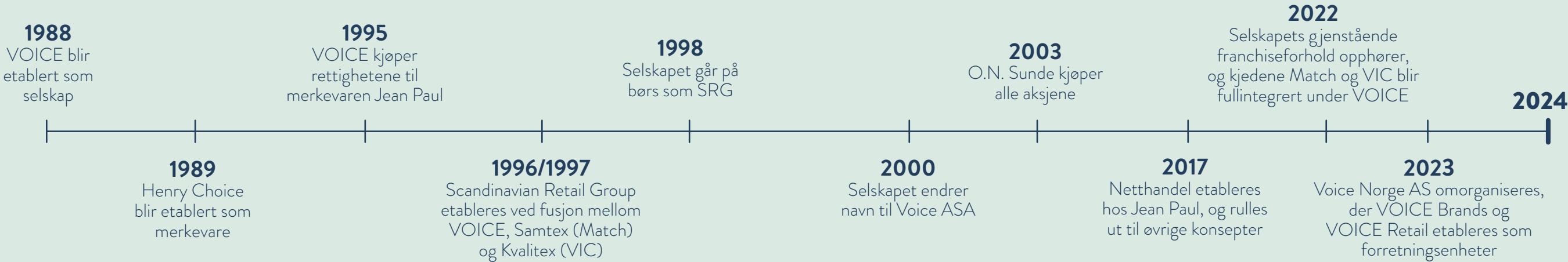
VOICE HISTORIE

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 2024 utgjorde butikkporteføljen 205 butikker og merkevareporteføljen 13 merkevarer.

Match

Match er en av Norges største motekjeder, med nettbutikk og 100 fysiske butikker over hele Norge. Match retter seg mot kvinner og menn som er opptatt å føle seg vel og se bra ut, uten for mye anstrengelser. I Match skal det være enkelt å bli velkledd og du skal få trygghet gjennom gode opplevelser. Kampanjer står sterkt i Match og målet er å kunne tilby høy kvalitet, gode passformer og verdi for pengene gjennom distribusjon av våre egne merkevarer. Match er stolt av å være en folkelig kleskjede med mål om å skape gode kundeopplevelser i hvert eneste kundemøte.

Nøkkeltall Match 2024



1 278 MNOK

Omsetning 2024



99

Antall fysiske butikker 2024



8,2 %

Netthandelsandel 2024



1 069 000

Kundeklubbmedlemmer 2024



Decades

(Boys of Europe)

I 2025 blir Boys of Europe til Decades. Decades er en butikkjede med fokus på gode hverdagsklær for menn. Decades bygger videre på den lange historien til Boys of Europe og ønsker å selge klær som folk blir glad i og bruker lenge. Hos Decades skal du alltid kunne gjøre en god deal. Decades tilbyr et bredt utvalg av merker og produkter, med særlig fokus på bukser. Decades henvender seg til 'Hverdaghelten' som foretrekker en avslappet og uhøytidelig stil, hvor jeansen er blant de viktigste plaggene de har i skapet. En typisk Decades kunde har ofte andre interesser enn mote eller klær, men vil likevel se bra ut og føle seg vel i klærne de bruker.

Nøkkeltall Boys of Europe 2024



445 MNOK

Omsetning 2024



62

Antall fysiske butikker 2024



4,3 %

Netthandelsandel 2024



420 000

Kundeklubbmedlemmer 2024



VIC

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

Nøkkeltall VIC 2024



414 MNOK

Omsetning 2024



44

Antall fysiske butikker 2024



8,4 %

Netthandelsandel 2024



383 000

Kundeklubbmedlemmer 2024



Merkevarene

VOICE sine 13 egeneide merkevarer stod i 2024 for over 92,5% av selskapets totale omsetning.

Selskapet har en bred merkevareportefølje som kombinerer tradisjonsrike merker med lang historie og nyere merkevarer utviklet for å møte dagens markedstrender. Porteføljen inkluderer Jean Paul, Henry Choice, Va Vite, Mr. Capuchin, Vesbar, Mellowfield, Blu, Redford, Mario Conti, Marie Philippe, Donna, Vos Not Vos og Alvo.

Jean Paul ble grunnlagt i 1976 av brødrene Per og André Placht og har siden den gang vært en pioner innen fritidsstil i Norge. Merket har introdusert norske forbrukere for tidløshet, eleganse og kvalitet, skreddersydd for norske forhold. I dag er Jean Paul mer enn bare et klesmerke – det representerer en livsstil med fokus på komfort, funksjonalitet og høy kvalitet. Merket tilbyr klær for både dame og herre, og kolleksjonene består av tidløse favoritter som forbrukerne kan bruke i mange år. Jean Paul er tilgjengelig i alle VOICE-kjeder og er selskapets mest kjente merkevare.

Henry Choice ble etablert av VOICE i 1989 og spilte en nøkkelrolle i selskapets tidlige

suksess. I 1994 ble det solgt over 750 000 Henry Choice-jeans, noe som gjorde merket større enn Levi's i Norge på den tiden. Henry Choice har alltid hatt fokus på høy kvalitet og god verdi for pengene, noe som fortsatt er kjerneverdiene i merkevaren.

Alvo, et skjortemerke med røtter tilbake til 1930-tallet, ble etablert av Alv Opheim. Opprinnelig ble skjortene produsert i en egen fabrikk på Stranda. I dag er Alvo kjent for sine skjorter av høy kvalitet med klassiske passformer som gjentas sesong etter sesong. Merket har vært en pioner i VOICE når det gjelder bruk av 3D-design, noe som har effektivisert utviklings- og innkjøpsprosesser og betydelig redusert behovet for vareprøver

Redford, Va Vite og Marie Philippe ble en del av VOICE-porteføljen på 1990-tallet gjennom fusjoneringen av Va Vite, Kvalitex og Samtex. I dag tilbyr Redford og Va Vite praktiske og prisgunstige hverdagsklær hos Match, mens Marie Philippe fokuserer på elegante antrekk med klassiske snitt for ulike anledninger. Donna gjør det enkelt å kle seg moteriktig med trendprodukter tilpasset kundenes behov, mens

Mario Conti tilbyr tidløse plagg inspirert av sofistikert italiensk mote. Disse merkevarene bidrar til å forme Match sin kundeprofil.

BLU gjennomgikk en revitalisering i 2024 for å styrke sin posisjon blant kvinner som ønsker en feminin og elegant stil. Merket tilbyr tidløse, allsidige plagg med hovedfokus på kjoler, bluser og jakker, designet for å skape en sofistikert look fra morgen til kveld. BLU er i dag en viktig merkevare for å profilere kjeden VIC.

De senere årene har VOICE lansert nye merkevarer som Mr. Capuchin, Vesbar og Mellowfield for å møte endrede kundebehov og nye moteuttrykk. Disse merkevarene har raskt blitt suksessfulle i kjedene. Det samme gjelder for Vos Not Vos som har etablert seg som en tydelig merkevare i Decades, inspirert av Oslo og en urban fritidsstil. Merket appellerer til kunder som kombinerer storbyliv med friluftsliv og foretrekker en ungdommelig 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 EU's CSRD rammeverk. Dette er VOICE første 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. På bakgrunn av dette har VOICE endret rapporteringsrammeverk fra GRI til CSRD fra og med kalenderåret 2024.

Rapporten beskriver status for bærekrafts-arbeidet i VOICE ved utgangen av kalenderåret 2024. Rapporteringsperioden er fra 1. januar til 31. desember. Relevante datauttrekk er gjort 31. desember 2024.

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 utforsking av mulighetene i sirkulære forretningsmodeller for VOICE. Innsatsområdet henger tett sammen med redusert klima- og miljøpåvirkning.



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 205 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.

Med hensyn til vareproduksjonen er situasjonen mer kompleks. VOICE eier ingen egne fabrikker, men jobber med produksjonspartnere, fortrinnsvis i Asia. VOICE viktigste produksjonsland i 2024 var Kina, Bangladesh og Tyrkia. Produktene under VOICE sine merkevarer ble i 2024 produsert av totalt 94 fabrikker. Av disse ligger 80% i Kina, mens Bangladesh og Tyrkia stod for henholdsvis 11% og 4% av leverandørporteføljen. De resterende 5% fordeles mellom Pakistan, India og Sverige.

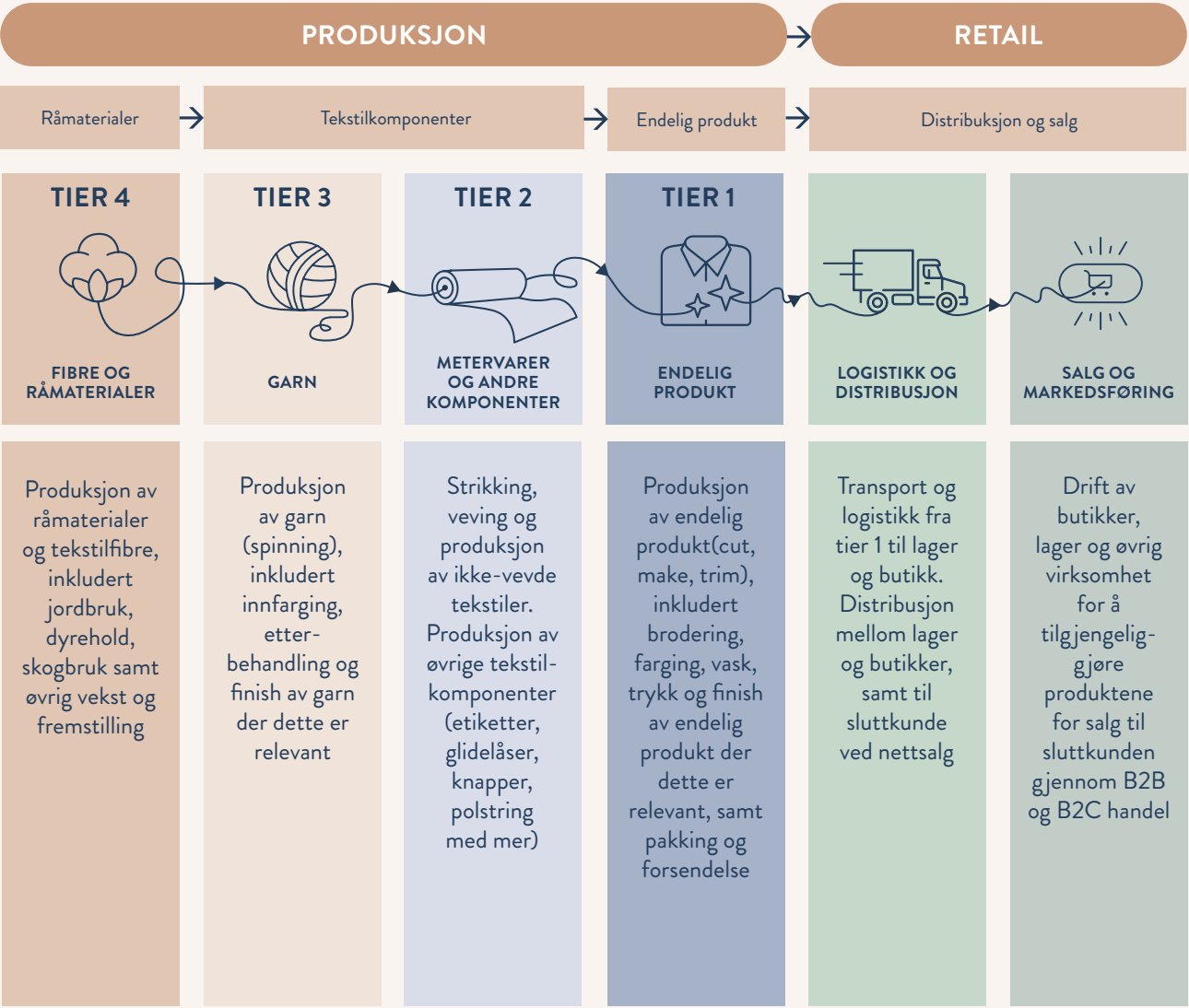
Stoffmaterialer, garn og komponenter kjøpes inn av VOICE sine produksjonspartnere etter VOICE spesifikasjoner. VOICE har dermed som hovedregel ikke direkte relasjon med garn- og stoffprodusenter, men påvirker gjennom spesifisering av underleverandører. Med hensyn til råvareleddet benytter VOICE så langt 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 spesialisere seg på enkelte prosesser. Dette reflekteres også i gjennomsnittlig antall ansatte per fabrikk, som varierer fra 110 i Kina til over 4000 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.

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 risikoområder. 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.

VERDIKJEDEN FOR PRODUKSJON OG SALG AV KLÆR





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 vareflyt (Supply Chain). I tillegg er viktige støttefunksjoner etablert for å levere på tvers av øvrige virksomhetsområder med egne avdelinger for HR, Økonomi og IT, og Strategi og forretningsutvikling. VOICE sin ledergruppe har det overordnede ansvaret for virksomhetens drift, utvikling og resultatoppnåelse. Bærekraft

er organisert som en egen seksjon i Supply Chain avdelingen, og representert i ledergruppen ved direktør for Supply Chain.

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 2024 av fire representanter valgt av eier, samt to ansattrepresentanter valgt av og blant selskapets ansatte.



Administrerende
direktør
Johnny Ottesen



Økonomi og IT
Bjørn Unnerud



Retail
Lise Falkenberg



Supply Chain
Petter Nyheim Larsen



Brands
Marie H. Haavardsholm



HR og kommunikasjon
Ole Kristian Lindseth



Strategi og
forretningsutvikling
Tore Røysheim

Ledergruppen per 31. desember 2024





VOICE BÆREKRAFTSAVDELING

Ansvar 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 Supply Chain 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 over.

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 205 butikker, og gjennom våre kanaler for kundeservice i nettbutikkene. VOICE har ved utgangen av 2024 over 1,9 millioner medlemmer i våre ulike kundeklubber. Tilbakemeldinger om hva kundene er opptatt av samles inn via våre butikkansatte i egne undersøkelser. Det er også gjennomført en egen kundeundersøkelse om bærekraft 2024. Kundene er opptatt av produktkvalitet, arbeidsforhold i produksjonen og informasjon 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 jevnlig anonyme leverandørundersøkelser gjennom [Better Buying](#). Leverandørene er opptatt av forutsigbarhet, ansvarlig innkjøpspraksis og sosiale forhold i produksjonen, og i økende grad produksjonens miljø og klimapåvirkningen 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 også sammenlikning mot andre aktører i Norge. Det er også gjennomført en spørreundersøkelse om bærekraft blant ansatte i VOICE i 2024. VOICE har også et eget internt bærekraftsnettverk. Nettverket har i 2024 samlet over 20 deltakere fra ulike deler av virksomheten (fra økonomi til design, fra markedsføring til butikkledere) til tre samlinger. 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 fasiliteterer 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 ulike panelsamtaler under Arendalsuka. VOICE har videre tatt initiativ til egne møter med Framtiden i våre hender og Klesforskningsgruppa ved SIFO, som ble gjennomført i henholdsvis 2022

og 2023, og har hatt en løpende dialog og informasjonsutveksling med disse i tiden etterpå. 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 tekstiler 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

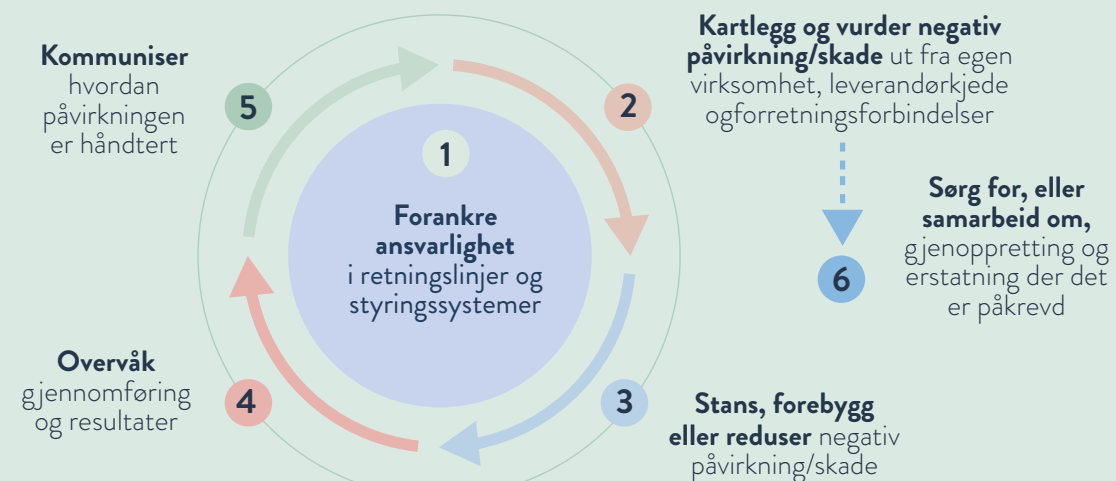
VOICE gjennomfører løpende aktsomhetsvurderinger i tråd med OECDs veileder for aktsomhetsvurderinger for ansvarlig næringsliv. Dette innebærer at VOICE følger modellen for aktsomhetsvurderinger som beskrevet i veilederen, og jobber kontinuerlig med å forankre, kartlegge, forebygge, avbøte og redegjøre 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)

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/vart-samfunnsansvar/>.

Dobbel vesentlighetsananalyse

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 interessentdialog 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

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

Miljø

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

Med en omfattende verdikjede og et 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 utarbeide et klimaregnskap, utvikle en klimastrategi for VOICE og ansette en bærekraftsrådgiver med ansvar for klima og miljø.

VOICE benytter seg av miljøverktøyet amfori BEPI for å overvåke miljøpåvirkningen ved våre produksjonspartnere. Ved bruk av

egenevalueringer og eksterne tilsyn evaluerer BEPI fabrikkene på åtte miljøområder: Miljøstyringssystemer, energi- og klimatiltak, vann- og avløpshåndtering, luftutslipp, avfallshåndtering, kjemikaliebruk, biologisk mangfold, og negativ påvirkning av lokalmiljøet. Sammen med ytterligere risikokartlegging basert på eksterne kilder og egne besøk av våre produksjonsfabrikker 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 klima og miljø i verdikjeden. Disse er beskrevet og rapportert på sidene som følger.

VESENTLIGE TEMAER		
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. 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 Textiles 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 vil i 2025 iverksette arbeidet med å verifisere at våre mål og planer for utslippsreduksjon er i tråd med standardene i SBTi. I denne forbindelse vil det utarbeides en omstillingsplan for utslippsreduksjon i tråd med våre mål. Det er foreløpig ikke gjennomført beregninger som kvantifiserer forventet utslippsreduksjon av de ulike reduksjonstiltakene som er beskrevet i VOICE klimastrategi.

VOICE PRIORITERTE KLIMAMÅL

- 2025** • 100% reduksjon i utslipp fra egen virksomhet (Scope 1 og 2).
- 2030** • 55% reduksjon i utslippsintensitet per mNOK 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 klimastrategien er å redusere VOICE egne utslipp med 100% innen utgangen av 2025. For å realisere dette må to tiltak gjennomføres. Alle firmabiler må være nullutslippskjøretøy. I tillegg må VOICE kjøpe all strøm fra fornybare energikilder med opprinnelsesgaranti. Virksomheten er godt i rute for å realisere målet ved utgangen av 2024.

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.

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.

Hoveddelen av VOICE sine utslipp kommer fra produksjon av våre produkter. Før inngåelse av avtale om produksjon krever VOICE at

våre minstekrav for leverandører må være oppfylt, og at leverandør signerer på VOICE retningslinjer og krav for leverandører. Ett av kravene i retningslinjene er at leverandør skal jobbe for å redusere negativ miljøpåvirkning i hele verdikjeden. I tråd med føre-var-prinsippet skal det gjennomføres tiltak for å kontinuerlig minimere utslipp av klimagasser og lokal forurensing, bruk av skadelige kjemikalier og sprøytemidler, og for å sikre bærekraftig ressursuttak og forvaltning av vann, hav, skog og land, og bevaring av biologisk mangfold.

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.

KLIMAGASSER OG UTSLIPPSREDUKSJON

VOICE klimaregnskap benytter 2021 som referanseår i arbeidet med utslippsreduksjon. Klimaregnskapet utarbeides årlig. Dette muliggjør evaluering av resultater og kontinuerlig utvikling av virksomhetens aktiviteter og drift for å redusere virksomhetens utslipp.

Regnskapet er basert på den internasjonale standarden utviklet av Greenhouse Gas Protocol. Dette er den mest anerkjente standarden for å måle en virksomhets utslipp av klimagasser.

Metoden skiller mellom operasjonell og finansiell kontroll. VOICE klimaregnskap er beregnet med utgangspunkt i operasjonell kontroll. Det vil si at regnskapet omfatter utslippskilder VOICE kontrollerer, men ikke nødvendigvis eier. Dette inkluderer blant annet utslipp fra produksjon av klærne vi selger i våre butikker, samt strøm fra lokalene vi leier for å selge våre produkter i butikk.

I VOICE håndteres et bredt spekter av utslipp. Noen av disse er under virksomhetens direkte kontroll, som blant annet reisevalg, kjøretøy og strømforbruk på hovedkontoret og lageret. Dette utgjør VOICE sine direkte utslipp. På den andre siden ligger utslippskategorier utenfor VOICE sin umiddelbare kontroll. Slike indirekte utslipp krever samarbeid med våre interessenter for å oppnå 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



Jobbsreiser



Driftstjenester (varer og tjenester)



Avfall



Drivstoff og energi



RETROSPEKTIVT					MILEPÆLER OG MÅL			
	Referanseår (2021)	2023	2024	Endring 2021-2024	2025	2030	2050	Årlig % mål / referanseår
Scope 1 GHG -utslipp								
Brutto scope 1 GHG -utslipp (tCO2e)	41,3	14,1	15,2	-63 %	0	–	–	-82,3 %
Prosent av Scope 1 fra et regulert kvotehandelsystem	0	0	0	0	–	–	–	–
Scope 2 GHG -utslipp								
Brutto lokasjonsbasert Scope 2 GHG-utslipp (tCO2e)	58,3	111,2	95,1	63 %	–	–	–	–
Brutto markedsbasert Scope 2 GHG-utslipp (tCO2e)	2 732,4	3 668,7	4 469,9	64 %	0	–	–	-91,2 %
Signifikante Scope 3 GHG-utslipp								
Totalt Brutto indirekte (Scope 3) GHG-utslipp (tCO2e)	43 598,9	42 292,5	42 386,2	-3 %	–	33 412,1	–	-2,6 %
1 Innkjøp av varer og tjenester	42 420,5	41 216,4	41 337,4	-3 %	–	33 482,0	–	-2,6 %
3 Utslipp relatert til energiproduksjon	11,2	43,4	52,2	366 %	–	–	–	–
4 Oppstrøms (innkjøpt) transport og distribusjon	1 104,9	735,2	725,9	-34 %	–	773,4	–	-3,9 %
5 Avfallshåndtering	23,9	18,3	12,0	-50 %	–	–	–	–
6 Forretningsreiser	38,4	279,2	258,7	574 %	–	–	–	–
Totalt GHG-utslipp								
Totalt GHG-utslipp (lokasjonsbasert) (tCO2e)	43 698,5	42 417,8	42 496,5	-3 %	–	–	Netto null	–
Totalt GHG-utslipp (markedsbasert) (tCO2e)	46 372,6	45 975,3	46 871,3	1 %	–	–	Netto null	–

tCO2e = tonn CO2-ekvivalenter.

* Innen utgangen av 2030 har VOICE mål om 55 % reduksjon i utslippsintensitet relativt 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.

*** Følgende utslippskategorier er ekskludert fra klimaregnskapet grunnet lave utslipp. (7) Ansattes reiser til og fra jobb, (11) Bruk av solgte produkter, (12) Sluttbehandling av solgte produkter. Det antas at kategoriene vil falle under grensen for vesentlighet som definert i GHG-protokollen. VOICE vil gjennomføre en fullstendig analyse av alle utslippskilder for å verifisere dette i løpet av 2025.

FORKLARING PÅ ENDRINGER PER UTSLIPPSKATEGORI

SCOPE 1 - DRIVSTOFF

Økt antall kjørte kilometer med virksomhetens firmabiler. Bilparken bestod i 2024 kun av elbiler og hybridbiler. Alle nye firmabiler fremover skal være elbil.

SCOPE 2 - ELEKTRISITET

Noe økt strømforbruk i butikkene og økt antall kjørte kilometer med våre firmabiler. Utslipppet er likevel lavere da energimiksen inneholdt en høyere andel fornybar energi i 2024.

SCOPE 3 - EGNE MERKEVARER

Råvareforbruket er økt med 10%. Økningen i utslipp er likevel kun 5% som følge av at andelen foretrukne fibre er økt ytterligere.

SCOPE 3 - EKSTERNE MERKEVARER

Reduserte innkjøp av eksterne merkevarer.

SCOPE 3 - DRIFTSTJENESTER OG -VARER

Flere kostnadsbaserte utslippsfaktorer i kategorien ble oppdatert og endret i 2024. Beregnede utslipp varierer også med utviklingen i den globale økonomien, valuta-kurser med mer.

SCOPE 3 - TRANSPORT OG DISTRIBUSJON

Redusert flytransport av varer fra produksjonsland.

SCOPE 3 - JOBBREISER

Redusert reiseaktivitet blant ansatte.

SCOPE 3 - AVFALL

Redusert avfallsmengder og økt kildesorteringsgrad for avfall.

SCOPE 3 - DRIVSTOFF OG ENERGI

Økt antall kjørte kilometer med våre firmabiler og noe økt strømforbruk i butikkene.



UTSLIPP PER MNOK I OMSETNING

	2021	2022	2023	2024
Årlig omsetning (MNOK)	1 824,4	2 068,5	2 134,6	2 214,7
Årlig tCO2e	43 698,5	47 353,9	42 417,8	42 496,5
tCO2e / MNOK	23,95	22,89	19,87	19,19
Reduksjon siden referanseår (2021)		-4,4%	-17,0%	-19,9%

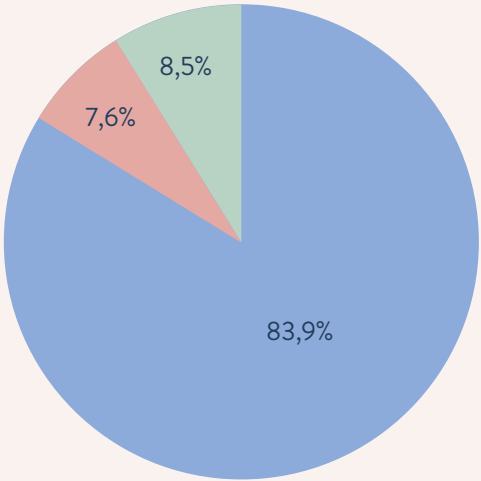
UTSLIPP FRA VARER OG TJENESTER

VOICE har lave utslipp i scope 1 og 2 sammenliknet med scope 3. Kategorien Innkjøp av varer og tjenester i klimaregnskapet inkluderer egne merkevarer, eksterne merkevarer og driftsvarer og -tjenester. Tabellen nedenfor viser utslippene for hver underkategori. Omtrent 89% av VOICE utslipp er relatert til produksjon av klær, sko og tilbehør. VOICE har de senere årene hatt stor progresjon i å realisere målsettingene for valg av foretrukne fibre i designprosessen. Som følge av dette har VOICE hatt en nedgang i utslipp per plagg. Siden 2021 er utslippene per plagg redusert med 4% og utslippet per innkjøpte kilo fiber redusert med 8%.



DATAGRUNNLAG FOR UTREGNING AV KLIMAREGNSKAP

Blå = Primærdata, Grønn = Kostnadsbasert 8,5%, Rød = Estimert data.



Primærdata består av aktivitetsdata fra leverandører og materialregnskapet for egne merkevarer. Kostnadsbasert data brukes for å regne ut majoriteten av innkjøp av driftsvarer og -tjenester, der utslipp beregnes ved å omregne innkjøpsverdi i NOK til CO2-ekvivalenter basert på vitenskapelige faktorer. Estimert data brukes der spesifikke målinger mangler, men hvor det likevel er mulig å gjøre beregninger basert på annen primærdata.

INNKJØP AV VARER OG TJENESTER

	2021	2022	2023	2024
Egne merkevarer	36 160,4	38 011,4	32 718,3	34 429,3
Eksterne merkevarer	2 906,5	3 322,8	3 379,1	3 221,7
Driftsvarer- og tjenester	3 353,6	4 588	5 119	3 686,4



FINANSIELL PÅVIRKNING RELATERT TIL KLIMAGASSER OG UTSLIPPSREDUKSJON

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 råvarestrom 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 estimer 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 2024.

KARBONPRISING

VOICE benytter ikke intern karbonprising.



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. Foreløpige beregninger tilsier at solcellene vil dekke rundt 30% av det årlige energiforbruket på lageret.

VOICE totale strømforbruk har økt med 2% i 2024. Dette skyldes hovedsakelig økt strømforbruk i butikk, blant annet som følge av en økning i antall butikker. Det har også vært en stor økning i strømforbruk fra virksomhetens firmabiler. VOICE sin miljøpolicy stadfester at alle nye firmabiler skal være elektriske, hvilket er med på å bidra til økt strømforbruk etter hvert som de siste bensin og hybridkjøretøyene fases ut.

NVE sin klimateklarasjon for fysisk levert strøm i 2023 viser at strømmen som ble

brukt i Norge i hovedsak kom fra fornybare energikilder. Vannkraft, vindkraft og annen fornybar energi stod for til sammen 95 prosent av strømforbruket. All strøm i VOICE er brukt i Norge. Det legges derfor til grunn at VOICE har en tilsvarende energimiks som i NVE sine beregninger. VOICE energiforbruk til egen drift og operasjoner er samtidig små sammenliknet med energiforbruket i produksjonen av klær og tekstiler. Det er derfor iverksatt et arbeid med å innhente data om energiforbruk og -kilder fra våre produksjonspartnere i 2024. Ved utgangen av året hadde 93% av VOICE produksjonsfabrikker gjennomført en egenevaluering av sitt arbeid med miljøstyring

og innrapportert forbruk på en rekke ulike miljøområder. Egenevalueringen følger rammeverket til amfori sitt Business Environment Performance Initiative (BEPI). BEPI inneholder også et rammeverk for gjennomføring av fysiske miljøinspeksjoner av en uavhengig ekstern inspektør. VOICE har som mål at alle produksjonspartnere over en viss størrelse skal gjennomgå en miljøinspeksjon innen utgangen av 2026. I 2024 iverksatte vi fem BEPI fabrikkinspeksjoner. Sluttrapportene fra disse inkluderer verifiserte data om energiforbruk og -kilder. Denne dataen vil danne grunnlag for fremtidige tiltak og rapportering om energiforbruk og -kilder i verdikjeden.

ENERGIFORBRUK

LOKASJON	2023	2024	Endring
Hovedkontor	545 288	511 095	-6,3%
Varelager	1 528 587	1 474 695	-3,5%
Butikker	5 176 330	5 384 561	4,0%
Firmabiler	56 648	76 000	34,2%
Pendlerbolig*	–	17 321	–
Totalt	7 306 853	7 463 672	2%

Alle verdier er oppgitt i kilowattimer. *Data fra pendlerbolig er inkludert for første gang i 2024.

PRODUKSJONSMETODE FOR FYSISK LEVERT STRØM I NORGE I 2023

ENERGIKILDE	ANDEL
Vannkraft	82,90%
Vindkraft	11,24%
Kjernekraft	1,85%
Annen fossil	1,55%
Annen fornybar	1,34%
Gass	0,57%
Kull	0,55%

Kilde: NVE



Forurensning

Klesproduksjon er en energikrevende og forurensende industri med flere kjemikalie-intensive prosesser. Dette gir risiko for lokal forurensning, blant annet gjennom utslipp av klimagasser og flyktige organiske forbindelser. VOICE anerkjenner også at det er 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 fremover, og som VOICE er godt i gang med gjennom implementeringen av miljøinspeksjoner ved alle vesentlige produksjonspartnere.

VOICE har gjort og planlegger ytterligere investeringer i arbeidet med å få oversikt over og redusere forurensning 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 estimater 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 i BEPI-rammeverket. Gjennom egenevalueringer 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 kreves innrapportert der dette er tilgjengelig.

Arbeidet med å innhente miljødata og -inspeksjoner fra VOICE produksjonspartnere ble intensivert i 2024. I løpet av 2025 vil det jobbes med å analysere dataen og identifisere særlige risikoområder som grunnlag for iverksettelse av effektive tiltak for reduksjon i luftforurensning og andre former for forurensning.

Fabrikkene som tar del i amfori BEPI systemet får også tilgang til opplæring innenfor tematikken. Dette

er et viktig tiltak for å heve produksjonsfabrikkenes evne til å jobbe strukturert med å redusere egen miljøpåvirkning og forurensning.

MIKROPLAST

Spredning 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 22,3% av den totale fiberforbruken i produksjon av VOICE sine merkevarer i 2024.

Det finnes samtidig begrenset kunnskap om hvor mye mikroplast som slippes ut i ulike deler av et klesplaggs livssyklus. Forskningen viser at det også er stor forskjell på mengden mikroplastutslipp fra ulike typer produkter og fiberblandinger. Det mangler derfor etablerte standarder for beregning av volum av mikroplast som kommer fra ulike tekstilprodukter. VOICE følger utviklingen på dette feltet nøye. I 2023 besvarte VOICE på en forespørsel om omfanget av mikroplastutslipp 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.

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 prosent 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 2024 ikke identifisert vesentlig risiko knyttet til utslipp av mikroplast hos våre produsenter.

VOICE vil fortsette å følge kunnskaps-utviklingen på mikroplastområdet og har som mål å redusere vår bruk av syntetiske fibre med 10% innen utgangen av 2028. Syntetiske fibre oppfyller likevel 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.

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 2024 er det ikke satt kvantitative mål for vannforbruk i VOICE.

VOICE har gjort og planlegger å gjøre ytterligere investeringer i arbeidet med ansvarlig vannforbruk og -håndtering fremover. I gjennomføringen av VOICE vesentlighetssanalyse 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 2024 har VOICE begrenset data om vannforbruket fra vareproduksjonen til våre merkevarer. Det er gjennomført et større arbeid med å innhente miljødata fra alle produksjonspartnere i 2024, inkludert informasjon om vannforbruk, -påvirkning og tilknytning til renseanlegg for avløpsvann. I første runde er produsentene bedt om å fylle ut en egevaluering. Fremover vil VOICE jobbe med å gjennomføre miljøinspeksjoner for å innhente verifisert data og informasjon om vannforbruket hos våre produksjonspartnere gjennom amfori [BEPI-rammeverket](#).

Målet er å anvende innsamlede data til å identifisere effektive tiltak for redusert vannforbruk og fremme kontinuerlig forbedring. Siden majoriteten av miljødataene fra våre produksjonsfabrikker foreløpig ikke er verifisert av en tredjepart er det ikke rapportert på vannforbruk i verdikjeden for 2024.

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 55% av fiberbruken i VOICE i 2024. 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 2024 74% av vår bomull gjennom Better Cotton. Gjennom Better Cotton får bomullsbønder opplæring i å bruke vann mer effektivt. Som et resultat av dette har VOICE anslagsvis bidratt til å spare 751 millioner liter vann i 2024.

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. VOICE strategi er derfor 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. Selv om arbeidet med sirkularitet og sirkulærøkonomi er relativt nytt i VOICE er det definert tre prioriterte 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.

VOICE har gjort og planlegger ytterligere investeringer i arbeidet med sirkularitet i løpet av 2025. I forbindelse med den doble vesentlighetsanalysen er det gjennomført finansiell analyse av ulike scenarioer knyttet til ressursbruk og sirkulærøkonomi. Disse er basert på overordnede estimater 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 kontroller 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: Better Cotton
	 Lin	100 % ansvarlig lin innen utgangen av 2024	Minstekrav: European Flax™
Regenererte fibre	 Menneskeskapt CELLULOSE (Viskose / Rayon, Lyocell, Modal og Cupro)	100 % ansvarlig cellulose innen utgangen av 2023	Minstekrav: FSC-sertifisert
Dyrefibre og materialer	 Ull	100 % ansvarlig ull innen utgangen av 2023	Minstekrav: RWS, RAS, RMS
	 Dun	100 % ansvarlig dun innen utgangen av 2021	Minstekrav: RDS-sertifisert
	 Lær/skinn	100 % ansvarlig lær/skinn innen utgangen av 2023	Minstekrav: LWG-sertifisert
Syntetiske fibre	 Polyester	100 % ansvarlig polyester innen utgangen av 2025	Minstekrav: Resirkulert
	 Polyamid (nylon)	100 % ansvarlig polyamid innen utgangen av 2025	Minstekrav: Resirkulert
	 Akryl	100 % ansvarlig akryl innen utgangen av 2025	Minstekrav: Resirkulert

Redusere bruken av syntetiske fibre

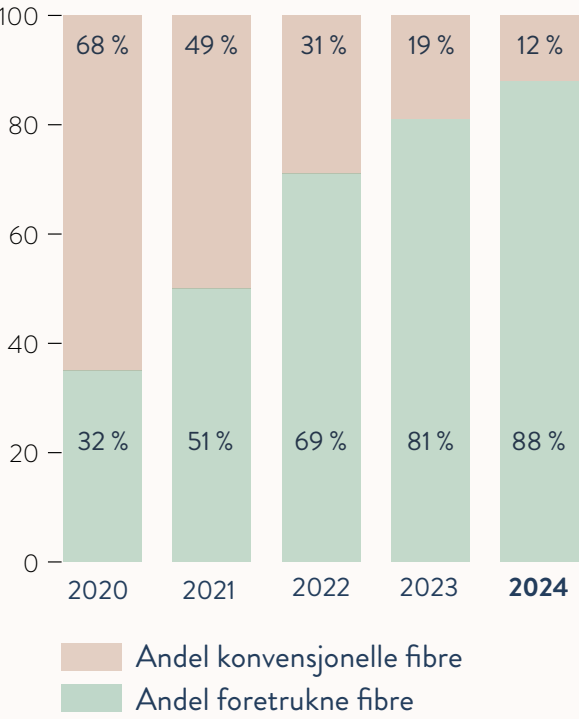
VOICE fiberstrategi gir ikke føringer om hvilke fibre som skal benyttes fremfor andre fibre i en annen kategori, for eksempel bomull fremfor ull. Dette skyldes at kunnskapsgrunnlaget for å gjøre denne typen vurderinger fortsatt er utilstrekkelige, ettersom miljøberegninger av ulike fibertyper utføres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

eventuelle fiberbytter påvirker varigheten og levetiden til et klesplagg.

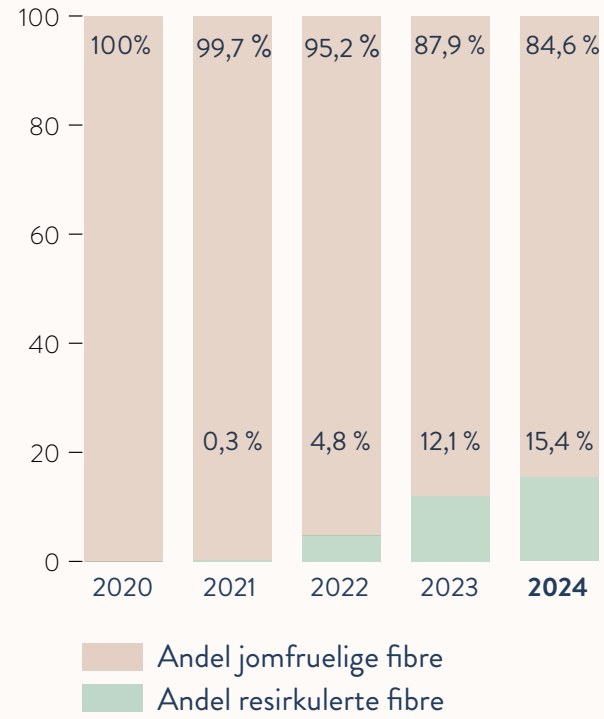
VOICE FIBERFORBRUK 2024

VOICE utarbeider et årlig materialregnskap for å følge med på utviklingen i innkjøpet av foretrukne fibre. På fire år har andelen fibre kjøpt inn i tråd med VOICE fiberstrategi økt fra 35% i 2020 til 88% i 2024. Målet er at 100% av våre fibre skal være foretrukne fibre ved utgangen av 2025.

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



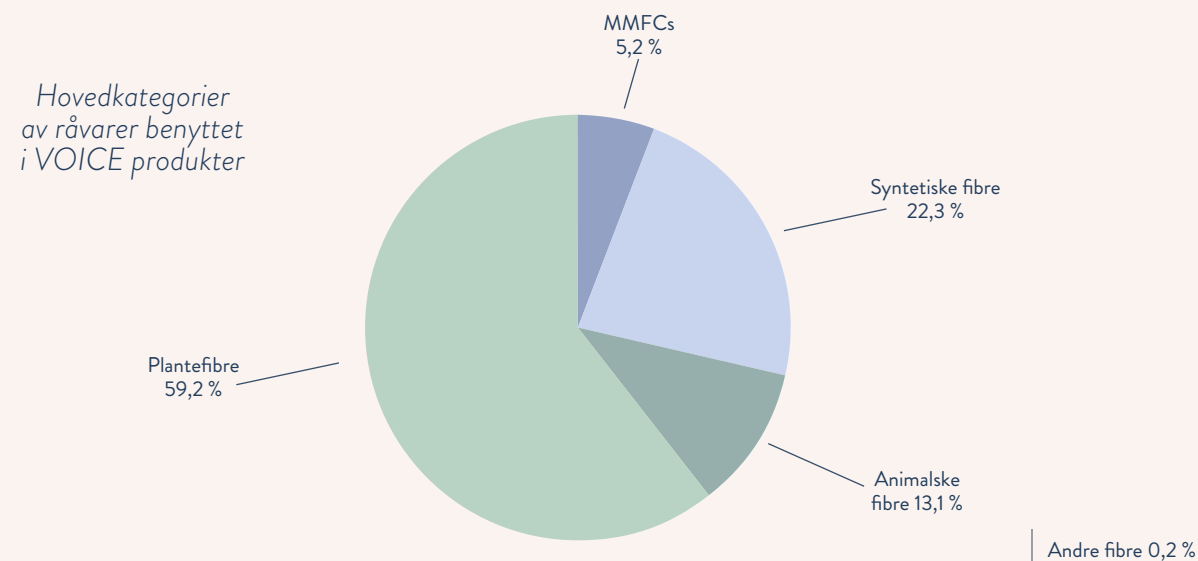
*Foretrukne fibre defineres som fibre som oppfyller minstekravet i fiberstrategien eller bedre.



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



FIBERTYPE BRUKT I PRODUKSJON AV EGNE VARER I 2024



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



SYNTETISKE 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 22,3% i 2024, sammenliknet med 67% 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. Dette gir en sikkerhet for full sporbarhet fra fiberens opphav til endelig produkt. VOICE bruk av resirkulerte syntetiske fibre var på 61% i 2024.

PLANTEFIBRE

Plantefibre, som blant annet bomull, lin, papir og strå, utgjør den største fiberkategorien i VOICE. I 2024 utgjorde plantefibre 59% av det totale fiberforbruket i egne merkevarer. Bomull stod for over 93% av dette. Av denne bomullen var 7,3% av bomullen økologisk, en betydelig økning fra kun 0,05% i 2023. Naturmaterialer, og særlig bomull, er viktige materialer for VOICE. Plantefibre er beregnet til å utgjøre 25% av fiberforbruket i den globale klesproduksjonen. VOICE benytter en betydelig høyere andel plantefibre enn det globale gjennomsnittet. Foretrukne fibre utgjorde 97% av plantefibrene i 2024.

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 merkevarer 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 84% av regenererte fibre i 2024.

DYREFIBRE OG -MATERIALER

Fibre og råvarer som har sitt opphav i dyrehold er viktige for VOICE. Bruken av slike fibre inkludert dun og fjær utgjorde 13,1% i 2024. Dette er betydelig høyere enn gjennomsnittet av den globale klesproduksjonen med kun 1%. Norge er som kjent et kaldt land, og en rekke av våre vinterprodukter er laget i ull. Vi har også dun som fyll i flere av våre varmeste vinterjakker. Ved all bruk av dyrefibre og -materialer stiller VOICE strenge krav til hvordan dyrevelferden skal ivaretas. Foretrukne fibre utgjorde 94% av dyrefibre og -materialer i 2024.



AVFALL

VOICE genererer avfall både direkte i egen drift og indirekte gjennom verdikjeden. VOICE sitt hovedkontor og lager er begge Miljøfyrtårnsertifisert, hvilket innebærer at det er etablert miljøstyrings-systemer 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 resirkulert i størst mulig grad. Kildesorteringsgraden for de to lokasjonene samlet var på 89,2% i 2024.

AVFALLSHÅNDTERING

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.

VOICE har kun data om avfall fra virksomhetens hovedkontor og lager. Avfallshåndteringen i butikkene skjer som hovedregel i regi av utleier, i de fleste tilfeller gjennom 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 avfallsmengder som grunnlag for VOICE klimaregnskap.

VOICE krever at våre produsenter har gode rutiner for avfallshåndtering. For å følge opp dette har VOICE i 2024 begynt å samle inn avfallsdata fra våre førsteleddsprodusenter gjennom amfori BEPI. Ved utgangen av 2024 har 87 av 94 fabrikker fullført en egenrapportering etter BEPI-rammeverket. Det er i tillegg iverksatt miljøinspeksjoner etter BEPI-rammeverket ved fem utvalgte produksjonspartnere. Sluttrapportene fra disse inkluderer verifiserte avfallsdata. VOICE har som mål å gjennomføre BEPI miljøinspeksjoner ved ytterligere 5 produksjonspartnere i 2025.



AVFALLSDATA HOVEDKONTOR

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

AVFALLSDATA LAGER

		2023		2024	
	Avfallstype	Kilo	Andel	Kilo	Andel
USORTERT	Restavfall	11 200	7,2 %	10 780	7,1 %
SORTERT	Matavfall	1 160	0,7 %	1 330	0,9 %
	Trevirke	21 860	14,0 %	18 880	12,4 %
	Brunt papir	119 500	76,7 %	118 560	77,7 %
	Kontorpapir	90	0,1 %	0	0 %
	Metall	220	0,1 %	1 060	0,7 %
	Plastemballasje	1 808	1,2 %	1 985	1,3 %
	Totalt sortert	144 638	92,8 %	141 815	92,9 %
TOTALT		155 838	100,0 %	152 595	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.

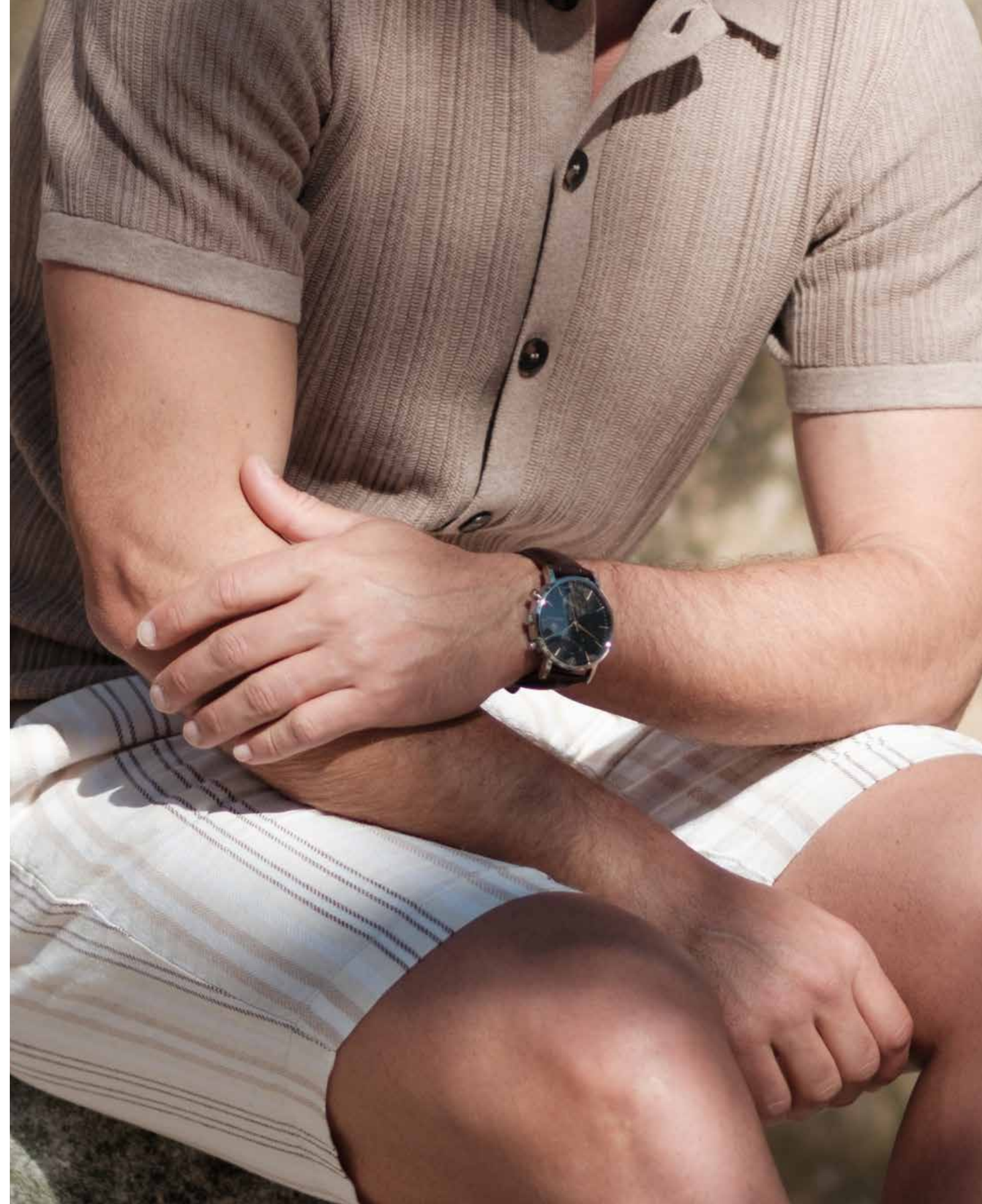
VOICE har innført strenge kriterier og satt minimumsstandarder for valg av materialer som

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 slike 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 er medlem av Handelens Miljøfond, Norges største private miljøfond, som jobber for å løse plastrelaterte miljøproblemer og oppfylle EUs plastbæreposedirektiv. Per 31.12 ble 3,- kroner donert til fondet per solgte bærepose i våre butikker. Siden 2018 har VOICE bidratt med over 10 millioner kroner til Handelens Miljøfond gjennom poseavgiften.
- VOICE handleposer er laget av minimum 60% resirkulert plast.



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 50 000 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 2022, 2023 og 2024 bekrefter at VOICE sine resultater er positive, og ligger over gjennomsnittet i Norge. Med mer enn 1350 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.

VESENTLIGE TEMAER		
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. Ved utgangen av 2024 hadde VOICE 1590 ansatte*, hvorav 1395 av disse jobber i en av våre 205 butikker. 1143 av våre ansatte jobber i deltidsstillinger. VOICE hadde en turnover på 25,9% av ansatte i 2024.

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 205 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 70% av de ansatte i VOICE jobber i deltidsstillinger. Dette er hovedsakelig grunnet behovet for å sikre bemanningen i alle våre 205 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. Grunnet begrensninger i mulighetene til datauttrekk fra vårt personalsystem er tallene som er hentet ut representative for 09.04.2025.

ANTALL ANSATTE	
KJØNN	ANTALL
Menn	249
Kvinner	1 332
Annet	
Ikke rapportert	9
Total	1 590



ANTALL ANSATTE PER KJØNN OG ALDERSGRUPPE						
	HOVEDKONTOR			LAGER		
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	15	4		2	3	
30-50	92	28		11	4	
Over 50	17	12		2	5	
Total	124	44		15	12	
Prosent	74%	26%		55,5%	44,5%	

ANTALL ANSATTE I ULIKE STILLINGSTYPER				TOTAL
2024	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	
Antall ansatte	1 332	249	9	1 590
Antall fast ansatte	1 220	233	8	1 461
Antall midlertidig ansatte	112	16	1	129
Antall ansatte med nulltimerskontrakter				
Antall heltidsansatte	363	84		447
Antall deltidsansatte	969	165		1 143

ANTALL ANSATTE PER KJØNN OG ALDERSGRUPPE									
	MATCH			VIC			DECADES (BOYS OF EUROPE)		
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	Kvinner	Menn	Ikke rapportert	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	363	47	4	162	27		160	82	2
30-50	199	15	1	72	1	1	70	14	
Over 50	130	4	1	31	3		6		
Total	692	66	6	265	31	1	236	96	2
Prosent	90,5%	8,5%	1%	89%	10,5%	0,5%	70,5%	29%	0,5%

ANTALL ANSATTE PER KJØNN OG ALDERSGRUPPE

STYRET			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30			
30-50		4	
Over 50		2	
Total		6	
Prosent		100%	

LEDERGRUPPEN			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30			
30-50	2	3	
Over 50		2	
Total	2	5	
Prosent	29%	71%	

LEDERE MED PERSONALANSVAR			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	24	5	
30-50	164	28	
Over 50	40	11	
Total	228	44	
Prosent	84%	16%	

ØVRIGE ANSATTE			
ALDER	Kvinner	Menn	Ikke rapportert
Under 30	678	158	6
30-50	280	34	2
Over 50	146	13	1
Total	1104	205	9
Prosent	84%	15,5%	0,5%

ARBEIDSFORHOLD

VOICE er opptatt av å tilby **sikre arbeidsplasser** for våre ansatte. Ansettelse i VOICE er nøye regulert og følger norsk arbeidslovgivning. VOICE har kun ansatte i Norge. Ansettelse 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 tjenestepensjon 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. Minstelønnssatsen for en ansatt (over 18 år) er 346 188,- 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 285 700,- kroner i 2023.

51% av ansatte i VOICE er dekket av en tariffavtale. Dette inkluderer 627 butikk-ansatte, 26 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 'ansatte 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. Dette ses også tydelig på søkertallene til stillinger i VOICE. Kvinnelige søkere utgjorde 70,3% av søkere i 2024. 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 83,5% 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 intervjuopprosess, 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, mens 19% sier at de ikke har hatt en medarbeidersamtale det siste året. 25% 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 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. Det gjennomføres også jevnlige samlinger for butikkledere i regi av kjedene med fokus på opplæring og inspirasjon.

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 sletterrutiner, 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 2024.

KURS OG OPPLÆRING			
TEMA	VARIGHET I TIMER	ANTALL UNIKE KURS	ANTALL KURS (MODULER) GJENNOMFØRT
			8
Butikklederskolen	240	1	6
Mentorprogrammet	12	1	5 628
Kurs om bærekraftstema		7	11 497
Ulike kurs for selgere og ledere i butikk		22	9 202
Registrering av varer med RFID		10	7 638
Dresskolen		8	1 443
Jeansskolen		5	6 334
HMS		7	999
Kurs om lansering av Decades		4	
Antall unike kurs		65	
			42 755
Totalt antall kurs (moduler) gjennomført			

Arbeidere i verdikjeden

VOICE jobber kontinuerlig med å sikre rettferdige og ansvarlige arbeidsforhold for arbeidere i verdikjeden. Gjennom kontinuerlige aktsomhetsvurderinger, risikokartlegging, 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 98% av den totale produksjonen. VOICE har også produksjon i Pakistan og India. VOICE anerkjenner at det er vesentlige utfordringer og risiko relatert til tekstilindustrien i disse landene, og jobber 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 2024 utgjorde VOICE andel av den totale produksjonskapasiteten i snitt kun 7% av produsentenes produksjon. Hos over 47% av våre produksjonspartnere utgjorde VOICE produksjon kun 2% eller mindre av den totale produksjonskapasiteten. Dette er dessverre 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 2024 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/vart-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 gjenoppretting, 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 2024.

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 2024 ble 15 fabrikker besøkt i Kina og Bangladesh. VOICE har som mål å besøke 60% av alle produksjonsfabrikker i løpet av en rullerende 3 års periode. Aktsomhetsvurderingene peker på særlige utfordringer knyttet til arbeidstid, lønn, organisasjonsfrihet og kollektive forhandlinger. På bakgrunn av dette har VOICE iverksatt målrettede forbedringstiltak mot relevante leverandører.



Lang **arbeidstid** og stor utbredelse av betydelig overtid er en særlig utfordring i Kina, hvor det ved 73 av 74 produsenter ble identifisert overtid ut over lovens grense i 2024. 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 likevel intensivert vårt arbeid med overtidsproblematikken i 2024, 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.

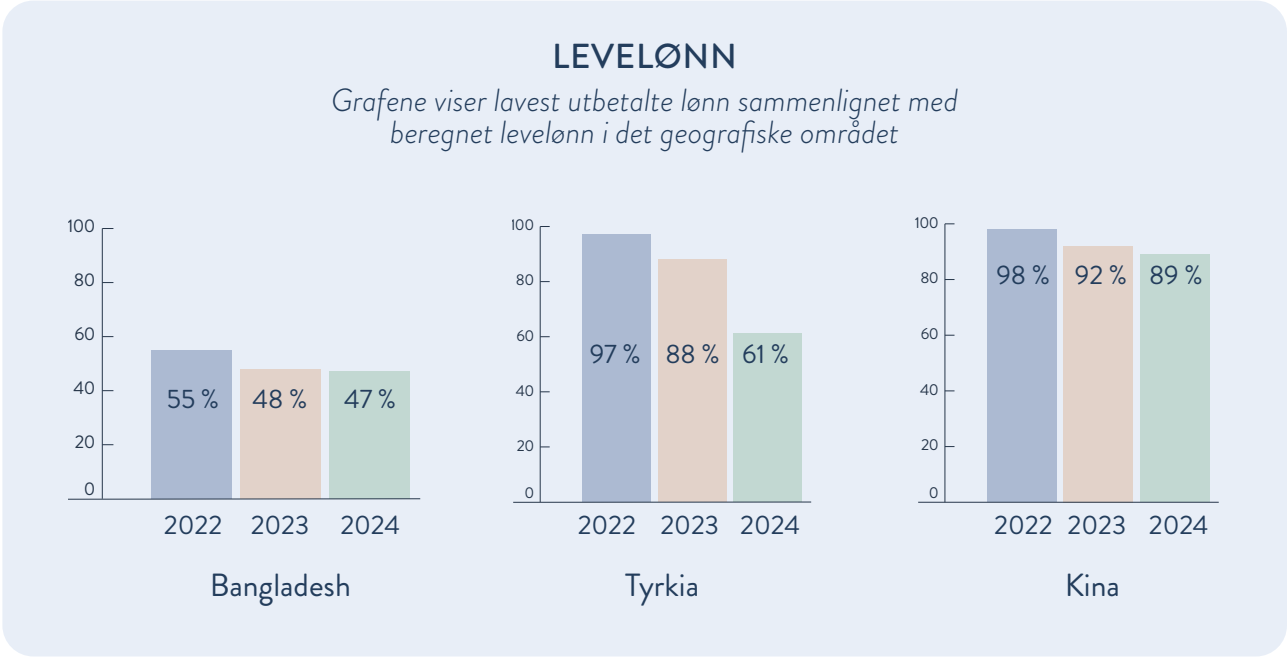
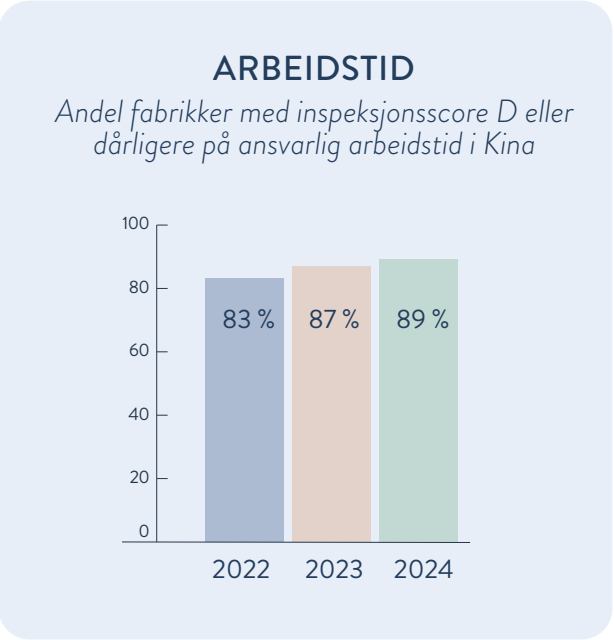
Tilstrekkelig lønn er en særlig utfordring i Bangladesh, og i økende grad i Tyrkia og Kina. En levelønnsberegning gjennomføres som del av alle BSCI-inspeksjoner. Inspeksjonene viser at selv om alle produksjonsstedene oppfyller lovens lønnskrav så er gapet mellom beregnet levelønn og faktisk lønn økende i disse tre landene. Dette skyldes blant annet betydelig global inflasjon de siste årene, som har redusert faktisk lønn relativt til beregnet levelønn ved produksjonsstedene i Bangladesh, Tyrkia og Kina. Utviklingen i Tyrkia er særlig negativ. 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

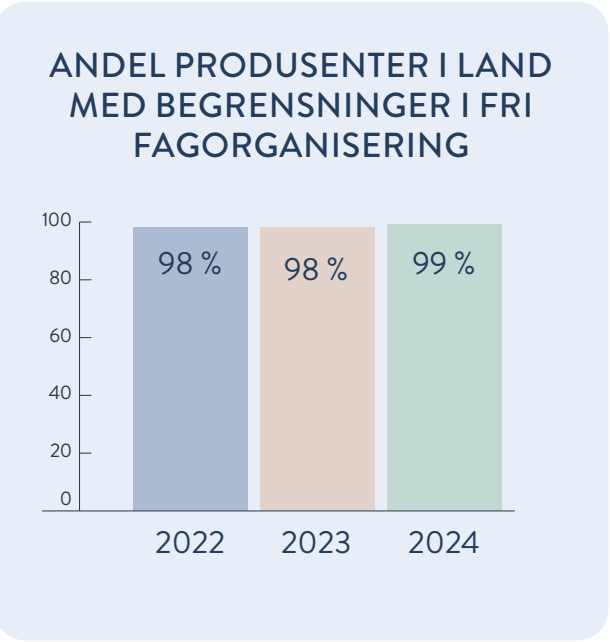
opp mot beregnet levelønn for området fabrikken ligger i. Der denne lønnen ikke er på nivå med levelønn stiller VOICE krav om at leverandørene utformer og presenterer forbedringsplaner med mål og tiltak for å redusere gapet mellom faktisk lønn og beregnet levelønn. VOICE deltar også i Etisk Handel Norges 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, mens land som Bangladesh, Tyrkia, India, Pakistan og Sør-Korea har sterke kulturelle begrensninger i arbeidernes reelle muligheter til å etablere en fagforening. VOICE stiller samtidig krav om arbeiderrepresentasjon ved alle fabrikker. VOICE har også fokus på å heve bevisstheten om retten til organisering og fordelene ved dette gjennom opplæring. I 2024 fullførte 4714 arbeidere og ledere en opplæring i arbeideres rettigheter og sosial dialog gjennom QuizRR. For 2025 er målet å gjennomføre ytterligere opplæring ved 10 utvalgte produksjonssteder.



Helse og sikkerhet har historisk vært en sentral utfordring i tekstilproduksjon. Heldigvis er risikoen for alvorlige skader og HMS-hendelser vesentlig redusert de siste 15 årene. 97% av alle VOICE leverandører hadde et inspeksjonsresultat på A eller B knyttet til HMS i 2024. 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 følge 2024 ITUC Global Rights Index ligger Bangladesh, Kina, India, Pakistan, Tyrkia og Sør-Korea på listen over land som får 'Rating 5; No guarantee og (workers) rights'. Grafen reflekterer andel produsenter i disse landene.

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 krever 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 rettigheter for arbeiderne. **Sikre arbeidsplasser** er et eget inspeksjonsområde i BSCI. 100% av VOICE leverandører hadde et inspeksjonsresultat på A på dette området i 2024.

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 2024. Kun én produsent hadde et inspeksjonsresultat på C, og ingen produsenter hadde et dårligere resultat enn dette. 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 92% av produsentene hadde et inspeksjonsresultat på A eller B på dette området i 2024.

Gjennom VOICE aktsomhetsvurderinger er det samtidig identifisert generell risiko for diskriminering, vold og trakassering. Diskriminering, vold og trakassering kan være vanskelig 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 2024 gjennomførte ledelsen ved 37 fabrikker et opplæringsprogram i *Likestilling på arbeidsplassen* i regi av VOICE gjennom opplæringsprogrammet *QuizRR*. Samtidig fikk fabrikkansatte ved 25 fabrikker i Kina, Bangladesh og Tyrkia opplæring i *Nulltoleranse*

for vold og trakassering på arbeidsplassen gjennom amfori. VOICE vil i 2025 videreføre satsingen på opplæring av ledelse og ansatte ved våre produksjonsfabrikker, og blant annet gjennomføre opplæringsprogrammet *Likhet, sikkerhet og respekt* ved to viktige produksjonspartnere i India og 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, barnarbeid og unge arbeidere er egne inspeksjonsområder i BSCI. Samtlige av VOICE leverandører hadde et inspeksjonsresultat på A på disse tre inspeksjonsområdene i 2024. Det er dermed ikke avdekket eksplisitt risiko for tvangsarbeid eller barnarbeid ved VOICE produksjonsfabrikker. VOICE aktsomhetsvurderinger synliggjør samtidig at det forekommer generell risiko for tvangsarbeid og barnarbeid 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.

VESENTLIGE TEMAER

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

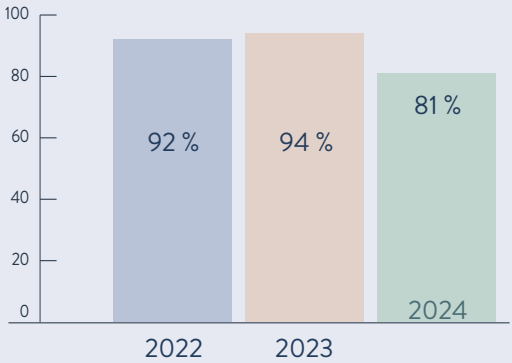
VOICE har etablerte prosesser og ansvarsforhold knyttet til valg og oppfølging av virksomhetens leverandører. Det er etablert en egen sourcing avdeling som har ansvar for å forvalte VOICE leverandørbase, og i samarbeid med bærekraftsavdelingen sikre at det gjennomføres aktsomhetsvurderinger og kontroll 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 2024.

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

ANDEL LEVERANDØRER
VOICE HAR SAMARBEIDET
MED I MER ENN TRE ÅR



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 15% av totalen i 2024.

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 2024. 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 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 anti-korrupsjonspolicy og -regler. Opplæringen er obligatorisk for alle ansatte i virksomheten. Det er ikke rapportert om eller identifisert korrupsjonshendelser eller bestikkelser i 2024.



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 2024 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, 20. juni 2025

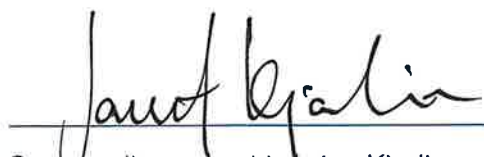
Styret i VOICE Norge AS



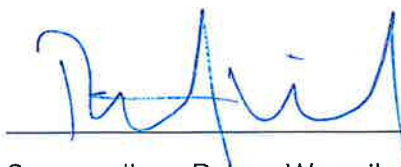
Styrets leder: Alexander Sunde



Nestleder: Pål Heldrup Rasmussen



Styremedlem: Jan Henning Kjørlien



Styremedlem: Robert Worpvik

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 registrere og sammenstille relevante data knyttet til bærekraft.

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 og Ecolnvent med flere.

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

Scope 1

Firmabiler (fossilt drivstoff): Omfatter leasede biler og private biler benyttet i tjenestereiser. Informasjon om antall kjørte kilometer hentes fra leasingselskapet og VOICE økonomisystem med utgangspunkt i utbetalt kjøregodtgjørelse. Kjørelengde omregnes til bensinforbruk med Miljøfyrtårn sin drivstoffkalkulator for hver kjøretøykategori; bensin, diesel eller hybrid.

Scope 2

Firmabiler (elektrisk drivstoff): Omfatter leasede elbiler og private elbiler benyttet i tjenestereiser. Informasjon om antall kjørte kilometer hentes fra leasingselskapet og VOICE økonomisystem med utgangspunkt i utbetalt kjøregodtgjørelse. Kjørelengde omregnes til kilowattimer med Miljøfyrtårn sin drivstoffkalkulator.

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 snittforbruket per kvadratmeter i øvrige butikker, multiplisert med den aktuelle butikkens størrelse.

Scope 3

Egen produksjon: Beregnet med utgangspunkt i VOICE materialregnskap. Materialregnskapet summerer hovedmaterialer og fyllmaterialer, mens komponenter som fôr, knapper, glidelåser og

andre detaljer er ekskludert på grunn av manglende beregningsstandarder. Fiberforbruket er oppgitt i kilo. Det er benyttet egne konverterings-faktorer 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 i 31 % av produktvekten.

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 innen ulike varegrupper 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 utslippsrapporter er innhentet fra relevante transportører.

Transport og distribusjon fra produksjonsland til hovedkontor/-lager: Detaljerte utslippsrapporter er innhentet fra relevante transportører.

Bedriftsreiser: Detaljerte utslippsrapporter er innhentet fra VOICE reisebyråpartnere. Radiative Forcing Index (RFI) på 1,7 benyttes i beregningene.

Driftstjenester (varer og tjenester): Beregnet med utgangspunkt i VOICE utgifter til ulike driftsvarer og -tjenester basert på utslippsfaktorer for ulike kategorier av varer og tjenester i CEMAsys. Utslippsfaktorene er basert på vitenskapelige estimerer som regner om innkjøpsverdi i NOK til CO₂-ekvivalenter. Primærdata benyttes dersom tilgjengelig.

Avfall: Avfallsdata for hovedkontor og lager er levert av Norsk Gjenvinning AS. 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 regnskaps-år utregnet på nytt.

Textile Exchange publiserte i 2024 en ny metodologi for beregning av råvarevekten for skinn. Dette medførte en betydelig økning i beregnet skinnforbruk og tilhørende utslipp for kategorien. Utslippene fra skinn for årene 2021–2023 er derfor beregnet på nytt.

ENERGI

Oppgitt forbruk er basert på fakturert strøm til hovedkontor, lager, butikker og pendlerboliger. For 12 % av butikkene inngår strøm i leieavtalen. I disse tilfellene er gjennomsnittlig strømforbruk fra øvrige butikker benyttet, justert for butikkens størrelse. Energiforbruket fra firmabiler er beregnet med Miljøfyrtårn sin drivstoffkalkulator, basert på kjørte kilometer.

AVFALL

Avfallsdata for VOICE hovedkontor og lager er basert på Norsk Gjenvinnings årlige avfallsrapporter for hver lokasjon.

RESSURSBRUK

VOICE materialregnskap beregner det totale fiber-/råvareforbruket for alle sesong- og basisprodukter (NOS) levert i løpet av 2024. Beregningen summerer hovedmaterialer og fyllmaterialer, mens komponenter som fôr, 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 i 31% av produktvekten.

Grunnet ny metodologi for utregning av råvarevekt på skinn i 2024 er materialregnskapet for perioden 2020-2023 beregnet på nytt.

Sosial

EGEN ARBEIDSSTYRKE

Data om ansatte i VOICE er hentet fra virksomhetens digitale personalsystem. Ønsket har vært å legge personalstatistikken per 31. desember 2024 til grunn for rapporteringen, men grunnet begrensninger i mulighetene for spesifiserte datauttrekk tilbake i tid i vårt personalsystem er tallene som er hentet ut representative for 9. mai 2025. 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 september 2024. Statistikk om kjønnsfordeling på jobbsøkere til stillinger i VOICE er hentet fra VOICE digitale jobbsøkerportal.

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 opplæringssystem. Dataen viser antall gjennomførte kurs per kursmodul i opplæringssystemet. Grunnet begrensninger i mulighetene for datauttrekk tilbake i tid er tallene hentet ut 10. april 2025 og viser det totale antallet gjennomførte kursmoduler for alle aktive kurs i VOICE opplæringssystem per denne datoen. Deltakelsen på kursene *Butikklederskolen* og *Mentorprogrammet* i 2024 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 baggrunn 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 fabrikkens 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 som leverer årlig statistikk på gjennomført opplæring hos våre produksjonspartnere i foregående kalenderår.

Styring

FORVALTNING AV

LEVERANDØRRELASJONER

Data om varigheten på VOICE leverandørrelasjoner er basert på registrert oppstartsdato for kundeforholdet der dette er tilgjengelig. Som følge av at VOICE endret både økonomisystem og system for produktutvikling i 2021 er registreringsdatoer før dette registrert manuelt i VOICE leverandørversikt som benyttes i bærekraftsavdelingens leverandøroppfølging. Datoene danner grunnlag for utregning av varigheten på forretningsrelasjonen til den enkelte leverandør.

ESRS oversikt

ESRS 2 | GENERELL RAPPORTERING

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS 2 BP-1	Generelt grunnlag for utarbeiding av bærekraftsrapporter	25
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	28, 45, 46, 80, 100
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, 80, 100

ESRS E1 | KLIMAENDRINGER

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E1-1	Omstillingsplan for begrensning av klimaendringer	48
ESRS E1-2	Policyer for begrensning av og tilpasning til klimaendringer	50 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	48-50 Ikke vesentlig: Klimatilpasning
ESRS E1-5	Energiforbruk og energimiks	62-63
ESRS E1-6	Brutto klimagassutslipp innenfor scope 1, 2, 3 og samlede klimagassutslipp	54-55
ESRS E1-7	Prosjekter med hensyn til fjerning av klimagasser og begrensning av klimagassutslipp finansiert ved hjelp av karbonkreditter	61
ESRS E1-8	Intern karbonprising	61
ESRS E1-9	Forventede finansielle virkninger av vesentlige fysiske risikoer og overgangsrisikoer samt potensielle klimarelaterte muligheter	61

ESRS E2 | FORURENSNING

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E2-1	Policyer i forbindelse med forurensning	64-65
ESRS E2-2	Tiltak og ressurser i forbindelse med forurensning	64-65
ESRS E2-3	Mål knyttet til forurensning	64-65
ESRS E2-4	Forurensning av luft, vann og jord	64-65 Ikke vesentlig: Forurensning av vann og jord
ESRS E2-6	Forventede finansielle virkninger av forurensningsrelaterte påvirkninger, risikoer og muligheter	64

ESRS E3 | VANN OG MARINE RESSURSER

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E3-1	Policyer for vann og marine ressurser	66 Ikke vesentlig: Marine ressurser
ESRS E3-2	Tiltak og ressurser i forbindelse med vann og marine ressurser	66-69 Ikke vesentlig: Marine ressurser
ESRS E3-3	Mål knyttet til vann og marine ressurser	66 Ikke vesentlig: Marine ressurser
ESRS E3-4	Vannforbruk	66-69
ESRS E3-5	Forventede finansielle virkninger av påvirkninger, risikoer og muligheter knyttet til vann og marine ressurser	66 Ikke vesentlig: Marine ressurser

ESRS E5 | RESSURSBRUK OG SIRKULÆR ØKONOMI

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS E5-1	Policyer for ressursbruk og sirkulær økonomi	69-71, 76, 78
ESRS E5-2	Tiltak og ressurser i forbindelse med ressursbruk og sirkulær økonomi	69-71, 76, 78
ESRS E5-3	Mål knyttet til ressursbruk og sirkulær økonomi	69-71, 76
ESRS E5-4	Inngående ressurser	70-75
ESRS E5-5	Utgående ressurser (avfall)	76-78 Ikke vesentlig: Produkter og materialer
ESRS E5-6	Forventede finansielle virkninger av påvirkninger, risikoer og muligheter knyttet til ressursbruk og sirkulær økonomi	70

ESRS S1 | EGNE ARBEIDERE

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS S1-1	Policyer i forbindelse med egen arbeidsstyrke	82
ESRS S1-2	Rutiner for kontakt med egen arbeidsstyrke og arbeidstakerrepresentanter om påvirkninger	38-41, 82
ESRS S1-3	Rutiner for å avhjelpe negative påvirkninger og kanaler der egen arbeidsstyrke kan gi uttrykk for bekymringer	101
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	88-90
ESRS S1-6	Opplysninger om foretakets ansatte	82-87
ESRS S1-8	Kollektivavtalers dekning og dialog mellom partene i arbeidslivet	88
ESRS S1-9	Mangfoldsindikatorer	84-87, 89-90
ESRS S1-10	Tilstrekkelig lønn	88
ESRS S1-13	Måleindikatorer for opplæring og kompetanseutvikling	89-91
ESRS S1-14	Måleindikatorer for arbeidsmiljø	80, 83, 89

ESRS S2 | ARBEIDERE I VERDIKJEDEN

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS S2-1	Policyer for arbeidere i verdikjeden	92-93
ESRS S2-2	Rutiner for kontakt med arbeidere i verdikjeden om påvirkninger	38-41, 94
ESRS S2-3	Rutiner for å avhjelpe negative påvirkninger og kanaler der arbeidere i verdikjeden kan gi uttrykk for bekymringer	94-99
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	94-99
ESRS S2-5	Mål for hvordan vesentlige negative påvirkninger skal håndteres, positive påvirkninger styrkes og vesentlige risikoer og muligheter håndteres	94-99

Layout:
Sult Oslo

Foto:
Pål laukli
Arne Bakk
Jose Urrutia Panizzo

Trykkeri:
Kraft digitalprint

ESRS G1 | FORRETNINGSSKIKK

INDIKATOR	TITTEL	SIDE
ESRS G1-1	Policyer for god forretningsskikk og bedriftskultur	43, 101-103
ESRS G1-2	Håndtering av forbindelser med leverandører	101-102
ESRS G1-3	Forebygging og avdekking av korrupsjon og bestikkelser	103
ESRS G1-4	Tilfeller av korrupsjon eller bestikkelser	103
ESRS G1-6	Betalingspraksis	102



V'VOICE

Pontoppidans gate 7, 0462 Oslo

Sentralbord: 22 54 55 00

voice.no