

odd molly

Hållbarhetsrapport 2019



Sagt och gjort 2019

Produktion och produkter

- Vi fortsätter successivt att öka andelen hållbara material.
- En ny policy för cellulosafibrer togs fram och ska implementeras fullt ut 2020.
- Vi lanserade hela vårt jacksortiment i 100 % återvunnet material.

Initiativ och samarbeten

- Vi fortsatte vårt arbete med att kontrollera social standard hos våra producenter genom samarbetet med Fair Wear Foundation.
- Vi fortsatte vårt arbete med att systematiskt kontrollera att vi följer gällande kemikalielagstiftning.
- Vi byter i början av 2020 till tredjepartslogistik och lager med höga miljöambitioner.
- Genom vårt medlemskap i STICA har vi som ambition att kunna rapportera enligt Scope 3 2020.

Vårt ansvar

Kläder av hög kvalitet med lång livslängd är Odd Mollys kärna, och något som gör det långsiktigt hållbara till en självklar del av verksamheten. Odd Molly vill göra positiv skillnad och arbetar systematiskt, med en tydlig ambition, mot tydliga mål. Ambitionen är att tillverka tidlösa kläder av hög kvalitet med så lite påverkan på miljön som möjligt. Ett hållbarhetsråd med representanter från olika delar av organisationen under ledning av bolagets hållbarhetschef säkerställer att arbetet utvecklas. Syftet är att representanterna i hållbarhetsrådet dagligen ska driva hållbarhetsfrågorna på sin avdelning.

När Odd Molly formade sin hållbarhetsstrategi inleddes en dialog med bolagets viktigaste intressentgrupper för att bättre förstå vilka frågor de upplever som mest relevanta och vad som är mest väsentligt för Odd Molly att fokusera på. Tillsammans med medarbetare från alla delar i organisationen formulerades tydliga mål inom vilka

områden, och på vilket sätt, Odd Molly ska mäta utvecklingen. De viktigaste frågorna som identifierades var arbetsmiljöförhållanden, jämställdhet/kvinnors rättigheter och miljöansvar. Arbetet är i ständig utveckling med det övergripande målet att bidra till fler starka, medvetna och självständiga tjejer som vågar gå sin egen väg.

Odd Molly is a brand with a heart, a mind and a conscience

Vår vision

Odd Molly gör positiv skillnad och bidrar till fler Mollys i världen!

Våra övergripande mål

Vi ska...

- maximera vår påverkan på omvärlden i en positiv riktning och minimera vår negativa påverkan, genom hela vår värdekedja från inköp till försäljning.
- fokusera på det som gör skillnad, som är viktigt för våra kunder och positivt för vår affär. Vi är övertygade om att vårt hållbarhetsarbete är en förutsättning för nöjda kunder och bidrar till långsiktig lönsamhet.
- vara aktiva i övergången till ett hållbart samhälle. Det är en självklarhet och något som vi, våra kunder och andra intressenter förknippar med Molly, vår ledstjärna.

Våra fokusområden

Vi har delat upp vårt hållbarhetsarbete i tre fokusområden som ska integreras i vår affär och vårt sätt att arbeta.

MIND – Odd Molly har en hållbar idé och design.

HEART – Odd Molly inspirerar tjejer att gå sin egen väg.

CONSCIENCE – Odd Molly påverkar sin omvärld i en positiv riktning. Alla som arbetar med och för Odd Molly ska må bra!

Vårt förhållningssätt

- Vårt ansvar är att varje dag, i varje beslut och vid varje vägskäl, tänka till kring innebörden av hållbarhet enligt våra värderingar; mind, heart and conscience.
- Våra medarbetare ska ges utrymme att tänka och ta beslut som leder till ett mer hållbart samhälle, utrymme att gå sin egen väg och utveckla sin fulla potential – precis som Molly.
- Vår framgång är beroende av ett målinriktat arbete i samverkan med våra partners.

STICA

I december 2018 presenterades UN Fashion Industry Charter for Climate Action på klimattoppmötet COP24 i Katowice. Charteren syftar till att samla alla aktörer inom modeindustrin, från textilproducenter och transport till globala modevarumärken, att signera 16 konkreta punkter för en bättre och mer hållbar framtida industri. Samtidigt lanserades STICA – Swedish Textile Initiative for Climate Action. Organisationen samlar svenska aktörer som vill arbeta tillsammans och visa upp Sverige som ett föregångsland.

Odd Molly blev 2018 medlem i STICA. Samarbetet har visionen att Sveriges mode- och textilindustri ska

visa vägen och, i linje med Parisavtalet, vara klimatpositiv i god tid före år 2050. Vid årsskiftet hade ett fjrtiotal svenska verksamheter anslutit sig och antalet medlemmar fortsätter att växa. Tankarna bakom STICA är att det behövs mer samarbete mellan och inom olika branscher för att tillsammans implementera en action plan och lyckas nå minskad klimatpåverkan i textilproduktion och textilkonsumtion.

Under året har Odd Molly inom ramen för sitt medlemskap i STICA börjat med utsläppsredovisning inom de så kallade Scope 1 och Scope 2, med ambitionen att under 2020 börja arbetet med att rapportera även Scope 3.

Inom definitionen av Scope 1 och 2 förbrukar Odd Molly 110 ton CO₂e (koldioxidkvivalenter), något under medel för STICAs medlemmar.

Scope 1: Förbränning av fossila bränslen (bensin, olja och kol) för exempelvis tillverkning i egenägda fabriker eller utsläpp från egenägda eller leasade fordon/maskiner.

Scope 2: Förbrukning av el, fjärrvärme och fjärrkyla.

Scope 3: Utsläpp från inköp av varor och tjänster, exempelvis; logistik, flygresor, taxi, hotellnätter och materialförbrukning

Odd Mollys ansvarsarbete

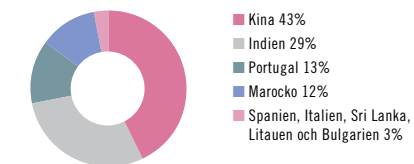
Odd Mollys ansvar innefattar god etik, socialt ansvarstagande och hänsyn till miljön. De etiska och miljömässiga riktlinjerna gäller alla som arbetar med Odd Molly – de egna medarbetarna, leverantörer, underleverantörer och andra samarbetspartners. Miljöpåverkan ska minimeras i största möjliga mån i alla led av bolagets värdekedja. Odd Molly ska vara ett sunt företag och en god förebild där ansvarstagande är en del av företagskulturen. Kläderna är av hög kvalitet som tål att användas år efter år, och efterfrågas även i stor utsträckning på andrahandsmarknaden.

Som relativt liten aktör har Odd Molly valt att ingå i olika branschgemensamma initiativ för att få bättre förutsättningar att göra positiv skillnad.

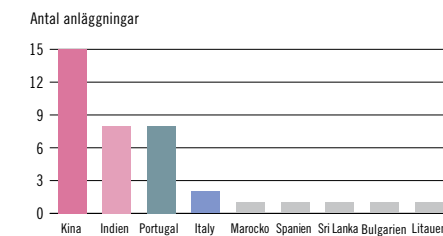
Odd Molly arbetar konsekvent utifrån företagets etiska och miljömässiga riktlinjer med syftet att minimera uppkomsten av affärsrisker, som i förlängningen kan påverka såväl varumärke som företagets anseende, och även ta ansvar för att använda resurser på ett hållbart sätt.

Bolaget har riktlinjer för sina leverantörer och följer Fair Wear Foundations uppförandekod, "Code of Labour Practice", som bland annat syftar till att säkerställa att produktionen sker under goda arbetsförhållanden och baseras på ILO-konventioner samt FN:s barnkonvention.

Produktionsvärde per land



Produktionsanläggningar per land



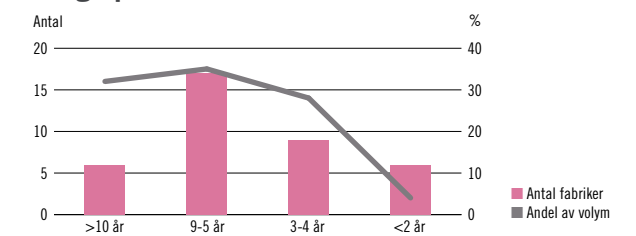
Ansvarsfull produktion

Med sin höga nivå på kvalitet och många komplicerade detaljer i plaggen ställer Odd Molly särskilt stora krav på sina leverantörer. Bolaget har ingen egen tillverkning utan låter producera sina kollektioner hos utvalda leverantörer i Kina, Indien, Italien, Litauen, Portugal, Spanien, Sri Lanka, Marocko och Bulgarien. Valet av tillverkare är baserat på produktkvalitet och leveranssäkerhet, men även etik- och miljöarbete väger tungt liksom att produktionen är ekonomiskt försvarbar. Leverantören måste följa Fair Wear Foundations uppförandekod och Odd Mollys avtal om efterlevnad gällande kvalitet, miljö och etik.

Nätverket av samarbetspartners, ses över löpande, även om ambitionen är att värna nära samarbeten och långa relationer. Det är bra för både bolaget och leverantören – och det bidrar till att skapa hållbara produkter. Under året arbetade Odd Molly med 39 (45) tillverkare. Då bredden i kollektionerna minskat kommer antalet utvalda tillverkare minska väsentligt framöver. Under 2020 väntas antalet tillverkare uppgå till drygt ett tjugotal. Baskriterier för att välja en tillverkare är, utöver riskbedömning av land och region:

- Generell bedömning av produktionsanläggning, arbetsförhållanden och dess ledning
- Produktkvalitet, produktion och detaljer
- Leveranssäkerhet
- Pris – rimlighet för att möta krav på bruttomarginal
- Regelefterlevnad
- Övergripande affärsmannaskap och professionalism
- Kundreferenser

Längd på samarbete med leverantörer



Odd Molly arbetar dels direkt med sina leverantörer, dels genom samarbeten med produktionsagenter i Indien och Portugal. Produktionsagenten arbetar i nära dialog med bolagets produktionsavdelning för att finna rätt tillverkare för bolagets behov. Odd Molly använder sig av tredjepartsinspektörer i Kina och Indien vilka utför kontroller under produktionsprocessen men också av färdiga produkter innan de godkänns för leverans till Sverige. Detta för att säkerställa att plaggen når upp till Odd Mollys högt ställda krav. Bolagets eget design- och produktionsteam besöker tillverkarna regelbundet för att diskutera utvecklingsmöjligheter, teknik och kvalitetsfrågor, normalt sett två gånger per år.

Ansvarsfullt materialval

Under året lanserade Odd Molly för första gången en kollektion med stickade plagg, tröjor och koftor, i 100 procent organisk bomull. Tidigare har organisk bomull använts i trikåplagg som t-shirts och linnen. Till våren 2020 kommer också en kollektion av vävda plagg i organisk bomull. Arbete pågår löpande för att hitta miljövänliga och hållbara materialalternativ och under året börjar bolaget också använda en miljömärkt viskos, som är ett mer hållbart alternativ till vanlig viskos och tillverkad av trämassa från ansvarsfullt skogsbruk. Produktionsprocessen samt materialet är certifierade enligt EU Ecolabel.

Odd Molly var det första modevarumärket som samarbetade med WeaReSpinDye® – ett företag som erbjuder hållbara infärgningstekniker för syntetiska material i kläindustrin. Istället för att de färdiga tygerna läggs i kemikaliebad, smälts färgpigmentet in i tygets plastfibrer. Detta tillvägagångssätt minskar dramatiskt användandet av vatten, kemikalier, koldioxid och energi. Tyget och därmed slutprodukten har enastående prestanda och klara fördelar för miljön. Färgen tål UV-strålning, tvätt och slitage mycket bättre än traditionellt infärgat tyg. Utöver det samarbetet var alla vävda jackor i höstkollektionen 2019 i återvunnen polyester.

Vidare gäller generellt för bolagets produktionsteam att säkerställa att produkterna är bra sydda hos tillverkare av hög standard och i material som inte går sönder eller krymper.

Miljöansvar

Odd Molly strävar efter en produktutvecklingsprocess med minsta möjliga miljöpåverkan. I varje steg i produktionscykeln ska miljöaspekten vägas in, från val av material, produktion och transport, till att den färdiga produkten når butik.

Bolaget arbetar aktivt med att motverka förekomsten av farliga kemikalier i produkter samt att säkerställa att REACH, kemikalielagstiftningen inom EU, efterlevs. Alla leverantörer måste skriva under att de följer reglerna om förbjudna kemikalier och bolaget låter genom stickprover kontrollera att så sker. Sedan 2011 är Odd Molly medlem i Kemikaliegruppen inom SWEREA/TVF, som är en kunskapsplattform med syfte att hjälpa medlemsföretagen att motverka förekomsten av farliga ämnen i deras produkter samt förbättra bolagets informationsgivning kring frågor om kemikaliehantering.

För att i största möjliga mån bidra till att minska utsläppen av koldioxid är förstahandsval av transportsätt båtfrakt alternativt bilfrakt från leverantörer i Europa. Om detta inte är möjligt sker en kombination av flyg- och båttransport eller flygtransport. Bolaget utvärderar löpande sina transporter för att hitta optimala lösningar och årligen minska klimatutsläppen genom hela värdekedjan. Ambitionen är att minimera antalet flygfrakter, packa mer effektivt och miljösmart. Under året minskade antalet flygsändningar medan kombinationen sjö/flyg ökade. Bolaget arbetar aktivt med mer samlastning och genomförde fler samlade transporter från Kina. Läs mer om Odd Mollys samarbete med STICA på sid 24.

Odd Molly har tagit fram ett tvätt- och skötselråd som delas ut till kunderna. Allt förpackningsmaterial i Odd Mollys butiker är klimatneutralt genom certifierad trädplantering i Sydamerika. Odd Molly samarbetar med Human Bridge för återbruk av plagg.

Jämställdhet

För Odd Molly är ett aktivt arbete med jämställdhetsfrågor en nyckel till en starkare organisation och fortsatt kompetensförsörjning. Bolagets mål är att samtliga medarbetare ska känna att de verkar i en säker och trygg miljö.

Djurrätt

Odd Molly är med på "Pälsfria listan", Fur Free Retailers program, och använder inte ädelpäls i sina produkter, endast päls och skinn från djurarter som föds upp för livsmedelsindustrin såsom exempelvis får, get, ko, alpaca och ren. Bolaget accepterar inte metoder såsom mulesing och ställer krav på att leverantörer garanterar att materialet inte kommer från länder där sådant förekommer. Odd Molly har som krav att deras dunleverantörer är certifierade enligt RDS (Responsible Down Standard) och som kan garantera att dun inte plockats från levande fåglar. Bolaget använder ingen angora i sina plagg och inte heller snäckor och pärlor från hotade arter.

Läs mer om Odd Mollys hållbarhetsarbete på oddmolly.com.



Fair Wear Foundation

Sedan 2009 är Odd Molly medlem i Fair Wear Foundation – en oberoende organisation vars mål är att förbättra arbetsvillkoren inom textilindustrin. Tillsammans med organisationen driver Odd Molly ett aktivt och kontinuerligt förbättringsarbete på fabrikerna. Samarbetet innebär bland annat att organisationen gör inspektioner av Odd Mollys leverantörer enligt en gemensamt framtagen plan.

Fair Wear Foundation utvärderar löpande Odd Molly som medlem för att säkerställa att företaget internt arbetar på ett optimalt sätt för att följa den uppsatta planen och aktivt verkar för att åstadkomma förändring tillsammans med sina leverantörer. Utvärderingarna publiceras på Fair Wear Foundations och Odd Mollys hemsidor. Graderingskategorierna spänner från "Need improvements" till "Leader". Odd Molly har för närvarande graderingen "Good".

Målet med Fair Wear Foundations arbete och revisioner är att i första hand utvärdera och förbättra förhållandena i Odd Mollys befintliga fabriker. Inspektionerna är alltid föranmälda för att bibehålla goda relationer med leverantörerna och bidra till en dialog om förbättringsarbetet. Odd Molly har uppnått kravet att leverantörer motsvarande 80 procent av produktionsvolymen årligen ska inspekteras.

Huvudområden som kontrolleras är frivilligt vald anställning, diskriminering, barnarbete, föreningsfrihet med rätt till kollektivförhandlingar, levnadslön, övertid, säkra och hälsosamma arbetsförhållanden samt lagligt bindande anställningsförhållande.

Vid kontrollerna framkom att inom områdena levnadslöner, medvetenhet bland arbetarna och reglerad övertid behöver det långsiktiga förändringsarbetet

fortgå. Fair Wear Foundation strävar efter att fabrikerna, utöver att följa rådande lagar gällande minimilöner, ska betala ut levnadslöner som arbetarna kan leva på.

Inspektionerna har visat att det här är ett område som fortfarande kan förbättras. Bedömningen är att leverantörerna är positiva till att följa de förbättringsplaner som tas fram. Levnadslöner är alltså den största utmaningen.

Under 2019 genomfördes sex (två) nya revisioner samt uppföljning av de som gjorts tidigare. Det är fortfarande en utmaning att öka medvetenheten inom området på fabrikerna, varför Odd Molly fortsätter att fokusera på arbetet.

Under 2020 kommer Odd Molly att lämna Fair Wear Foundation för att istället bli medlem i Amfori, ett initiativ som inbegriper både sociala och miljömässiga frågor.





STWI – Sweden Textile Water Initiative

Odd Molly engagerade sig för tio år sedan i STWI, ett samarbetsprojekt tillsammans med ett trettiotal företag inom den svenska textilindustrin som syftade till att arbeta proaktivt för att förstå och minimera vattenpåverkan från textil- och läderproduktion. STWI Projects, som initierades

som ett samarbete mellan STWI, SIDA, SIWI (Stockholm International Water Institute) och flera medlemsföretag, erbjöd utbildning och stöd till tillverkare för att med enkla och kostnadseffektiva åtgärder minska förbrukningen av vatten, kemikalier och energi. Projektet var tidsbestämt och

finansieringen via SIDA har avslutats. Diskussioner pågår om hur initiativet ska kunna fortsätta och Odd Molly har som ambition att kunna nominera nya fabriker till programmet under 2021.

Vår strävan



Mind

”Odd Molly designar, marknadsför och säljer mode, med ett tydligt stilkoncept i hållbara material och med hög kvalitet.”

VÅR STRÄVAN Odd Molly vill hjälpa sina kunder att klä sig mer hållbart och förbruka mindre resurser genom att erbjuda kläder med ett tydligt stilkoncept i hållbara material och med hög kvalitet.

VARFÖR ÄR DET VIKTIGT? Klädkonsumtionen i världen har aldrig varit större än den är idag. Vår affärsidé bygger på att vi erbjuder kläder med ett tydligt stilkoncept och hög kvalitet som kunderna kan använda flera säsonger. Vi påverkar också våra kunder genom att ge råd om hur de ska sköta sina plagg på ett hållbart sätt och uppmuntrar till återbruk. På så sätt kan vi bidra till att bryta den materialintensitet som präglar modeindustrin, framförallt inom ”fast fashion”. Vår ambition för hållbarhet sträcker sig från idé och stilkoncept via sortimentsplanering och smarta inköp till klädvård och återbruk. Vi är lyhörda för de drivkrafter som får våra kunder att ändra beteende och livsstil, och som de upplever som positiva.

LÅNGSIKTIGA MÅL Så lite påverkan som möjligt – så lång livslängd som möjligt.

VÅRA MÅL TILL 2025

Våra kläder håller en fortsatt hög kvalitet

- Vi har tydliga mål med en högre andel hållbara material.
- Majoriteten av materialen i våra produkter kommer från hållbara material (recycled, organic, tencel etc).
- De cellulosabaserade fibrer som används i våra produkter ska komma från hållbart skogsbruk.
- Vi använder print- och infärgningstekniker med minsta möjliga miljöpåverkan.

Vi har bättre processer

- Vårt hållbarhetsarbete är integrerat i design – och produktutvecklingsprocessen.
- Vi har en optimerad inköpsprocess (minimerade leftovers & restlager).

Vi jobbar aktivt med återbruk

- Alla våra produkter har information till kunden om hur de används på ett hållbart sätt.

Heart

”Odd Molly vill inspirera tjejer i alla åldrar att frigöra sig från konventioner och följa sina drömmar. Odd Molly kommer alltid kämpa för fler Mollys i världen.”

VÅR STRÄVAN Odd Molly vill kämpa för tjejers rätt att ta självständiga beslut gällande både sina egna liv och samhällsutvecklingen.

VARFÖR ÄR DET VIKTIGT? Odd Molly vill verka för ett samhälle där mångfald omfamnas som en positiv kraft och där tjejer vågar vara sig själva och följa sina drömmar oberoende av ålder, form eller hudfärg. Det gäller våra medarbetare och våra kunder men också de tjejer som finns i vår leverantörskedja. Textilindustrin är en av de industrier som lyfter flest människor ur fattigdom genom tillgång till ett arbete. Att kunna försörja sig själva ger många kvinnor större frihet att fatta beslut som rör deras liv. Genom kommunikation och ambassadörskap kan vi inspirera och påverka samhället att kämpa för kvinnlig självständighet.

LÅNGSIKTIGA MÅL Ett samhälle där tjejer känner stor frihet och vågar följa sina drömmar.

VÅRA MÅL TILL 2025

Vår marknadsföring reflekterar människor av olika nationalitet och kroppsform

- Vi följer the Swedish Fashion Ethical Charters policy vid val av modeller.
- Vi strävar aktivt efter att visa en sund, glad tjej i vår marknadsföring.

Vi tar ansvar för att sprida kunskap om hållbarhetsfrågor

- Vi arbetar aktivt med att sprida kunskap hos våra samarbetspartners om ILO:s kärnkonventioner, jämställdhet, mångfald och yttrandefrihet.
- Våra medarbetare har en hög kunskap om hållbarhet.
- Vi har ett långsiktigt partnerskap med en part som arbetar för kvinnors rättigheter.

Vi arbetar aktivt för att lyfta andra

- Vi har branschens nöjdaste medarbetare.
- Vi strävar efter att arbeta med mentorskap.
- Vi strävar efter att erbjuda arbetstillfällen till nyanlända.

Conscience

”Odd Molly is a brand with a mind, a heart and a conscience. Odd Molly is also a loving brand with high ambitions...”

VÅR STRÄVAN Odd Molly vill påverka sin omvärld i en positiv riktning.

VARFÖR ÄR DET VIKTIGT? Genom vår verksamhet har vi möjlighet att påverka människors liv och miljön, och sprida vårt engagemang för hållbarhet i hela värdekedjan. Vi arbetar för att ha långa och nära relationer med samarbetspartners och tillsammans skapa bra arbetsförhållanden och minska vår negativa påverkan på miljön genom hela värdekedjan. Detta sker bland annat genom regelbunden dialog med partners och genom leverantörsgranskningar av tredje part. En förutsättning för vår framgång är att våra medarbetare är nöjda och kan utvecklas i sitt arbete.

LÅNGSIKTIGA MÅL Långsiktiga och förtroendefulla relationer med samarbetspartners och medarbetare som skapar ökat värde för vår omgivning.

VÅRA MÅL TILL 2025

Vi har höga krav på våra leverantörer

- Vi gör riskbedömningar utifrån hållbarhetskriterier med alla nya leverantörer innan samarbetsavtal ingås.
- Vi arbetar aktivt med att kontrollera våra leverantörer socialt (arbetsrätt, barnarbete etc) och miljömässigt.

Vi hjälper våra leverantörer att förbättra sig

- Vi strävar efter långsiktiga samarbeten med våra leverantörer.
- Vi arbetar aktivt med att hjälpa våra leverantörer att förbättra sina processer ur ett miljömässigt perspektiv.
- Vi hjälper våra leverantörer att förbättra sin sociala standard; levnadslöner, arbetsförhållanden, barnarbete, övertid.

Vi har konkreta miljömål; ren luft och rent vatten

- Vi har minskat våra koldioxidutsläpp i relation till produktionsvolymen.
- Vi har optimerat vår återvinning.
- Vi använder; i den utsträckning vi kan, grön el i våra butiker och kontor.
- Vi använder endast FSC-certifierade pappersprodukter.
- Vi klimatkompenserar för transporter.
- Vi har miljöcertifierade transporter.

Revisors yttrande avseende den lagstadgade hållbarhetsrapporten

Till bolagsstämman i Odd Molly International AB (publ), org nr 556627-6241

Uppdrag och ansvarsfördelning

Det är styrelsen som har ansvaret för hållbarhetsrapporten för år 2019 på sidorna 22 – 31 och för att den är upprättad i enlighet med årsredovisningslagen.

Granskningens inriktning och omfattning

Vår granskning har skett enligt FARs rekommendation RevR 12 Revisorns yttrande om den lagstadgade hållbarhetsrapporten. Detta innebär att vår granskning av hållbarhetsrapporten har en annan inriktning och en väsentligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt International Standards on Auditing och god revisionssed i Sverige har. Vi anser att denna granskning ger oss tillräcklig grund för vårt uttalande.

Uttalande

En hållbarhetsrapport har upprättats.

Stockholm den 16 april 2020

Ernst & Young AB

*Andreas Troberg
Auktoriserad revisor*



