



# *Hållbarhetsrapport*

## *20/21*



# *Innehåll*

|           |                              |           |                            |           |                      |
|-----------|------------------------------|-----------|----------------------------|-----------|----------------------|
| <b>03</b> | Om oss                       | <b>14</b> | Fokusområde: Material      | <b>32</b> | Produktion           |
| <b>04</b> | Position och varumärke       | <b>18</b> | Transparens och spårbarhet | <b>34</b> | Uppförandekod        |
| <b>05</b> | Ingvar Larsson, VD MQ Marqet | <b>20</b> | Fokusområde: Cirkularitet  | <b>37</b> | Revision             |
| <b>06</b> | Årets framsteg 20/21         | <b>23</b> | Fokusområde: Omvärld       | <b>39</b> | Inköpsmetoder        |
| <b>07</b> | Intressentdialog             | <b>23</b> | Klimat                     | <b>40</b> | Vår personal         |
| <b>08</b> | Ramverk och åtaganden        | <b>27</b> | Vatten                     | <b>42</b> | Samarbeten           |
| <b>10</b> | De globala målen             | <b>28</b> | Biologisk mångfald         | <b>45</b> | Ramverk och styrning |
| <b>13</b> | Fokusområde: Stil            | <b>31</b> | Rättvisa och jämlikhet     |           |                      |



## *Om oss*

Sedan 1957 har vi inspirerat och guidat kvinnor och män att utforska sin personliga stil. Med en holistisk syn på hållbarhet och det allt mer flytande arbetslivet som utgångspunkt erbjuds tidlös design med en stor portion personlighet. MQ Marqet är destinationen för kunder som värdesätter kvalitet och stil som håller över tid.

MQ Marqet är en konceptbutikskedja inom mode som säljer stilrena och mer hållbara klassiska plagg av hög kvalitet samt second hand i utvalda butiker.

Idag har vi 90 butiker i Sverige och en e-handel. Hos oss betraktas fysisk och digital e-handel som en enad affär – med kundens shoppingupplevelse i fokus.

Vårt huvudkontor ligger i Göteborg med central-lager i Landvetter och vi har inköpskontor i Kina, Bangladesh samt Turkiet.



# *Position & varumärken*

Vi inspirerar med ett kvalitativt och prisvärt mode som noga valts ut för vår kundgrupp. Vi kan stil och delar gärna med oss av vår kunskap. Vårt mål är att våra kunder ska känna sig välklädda, inspirerade och fantastiska – oavsett tillfälle. Det är så MQ Marqet blir den personliga modekedjan. MQ Marqet bjuder på en bred mix av noga utvalda varumärken. Egen design av etablerade private labels tillsammans med det allra bästa av externa varumärken skapar ett mer inspirerande sortiment. Paletten av varumärken är under ständig förändring där vi utvecklar och förfinar utbudet och i linje med tidens trender och kundernas behov. Men en sak består. Våra varumärken andas och lever stil, kvalitet och hållbarhet – precis som vi.





# Vision

## VD kommenterar

Vårt första verksamhetsår efter uppstarten av MQ Marqet har präglats av pandemin, något som naturligtvis påverkat oss, branschen och samhället i stort. Men trots kraftiga begränsningar i våra kunders vardag och därmed en svagare efterfrågan på mode har vi under året kunnat lägga grunden för bolagets framtid – ständigt med den stora övertygelsen om ljusare tider efter pandemin.

Ökad digitalisering och ökad medvetenhet om modets påverkan på miljön kommer att påverka oss än mer framåt. Därför har vi tagit fram en ny hållbarhetsstrategi för 2030 med huvudfokus på mer cirkulära flöden. Vi tar steg framåt i vår materialstrategi där vi nu har 99,6% mer hållbar bomull\* i våra egna varumärken. Inkluderar vi de externa varumärkena vi samarbetar med är andelen 86%. Gällande samtliga material är andelen mer hållbara material 60% för året

2020/21 och arbetet för att öka denna andel fortgår där vår påverkan på externa varumärken ses som en viktig del i detta arbete.

Under året har vi även ingått i ett nytt åtagande med Klimat 2030 som går i linje med vårt mål som vi har tillsammans med STICA. Vi har även signerat det nya säkerhetsavtalet med International Accord och haft ett women empowerment projekt i Bangladesh tillsammans med vår leverantör Tosrifa där de utökat antalet kvinnor i chefspositioner på fabriken. Internt har kunderbudandet utvecklats och breddats med utvalda varumärken och nya samarbeten. Vi har framgångsrikt lanserat Stockh lm Studio, Röhnisch och MWH, betydligt stärkt vår egna e-handelsaffär och via Zalando kunnat lansera våra varumärken på sju europeiska marknader. Vi har utöver det även utökat vårt tjänsteutbud genom samar-

beten med Sneakerstvädden, skrädderi samt genomfört en pilot inom uthyrning av kläder.

Som ett led i ökad effektivitet har vi utvecklat våra logistiklösningar där vi under sommaren flyttat in i ett nytt automatiserat centrallager i Landvetter. I takt med att restriktionerna lättat har vi även sett ett ökat antal kunder i våra butiker samt en kraftig tillväxt i kundklubben där vi nu närmar oss en halv miljon medlemmar.

Avslutningsvis kan även nämnas att vi under året implementerat våra nya värderingar på företaget. När vi lever våra värderingar skapar vi förutsättningar för att medarbetare trivs och utvecklas, når en bra kundupplevelse samt tar ansvar och bygger en hållbar affär med långsiktighet och ansvar i våra beslut.

*Ingvar Larsson, VD MQ Marqet*

\*Mer hållbar bomull: Ekologisk bomull, återvunnen bomull och bomull köpt genom Better cotton initiative.



# Årets framsteg 20/21

## Nytt ramverk med nya löften till 2030

### Material

- Mer hållbara material\* 60% totalt på MQ Marqet.
- Mer hållbar bomull\*\* 99,6% på egna varumärken, 86% totalt på MQ Marqet.
- 55% av transportkartonger är av återvunna material.
- Nya e-handelsemballage i 80% återvunnet papper, 100% FSC-certifierat.

### Cirkulära affärsmodeller

- Utökat second hand till hela 14 butiker.
- Pilotprojekt "Kläduthyrning på PUB".
- Nytt samarbete med Sneakerstvännen.

### Klimatredovisning

- Har räknat ut scope 1, 2 och 3 för första gången och har nu vårt basår att utgå ifrån.

### Klimat 2030

- Nytt åtagande tillsammans med Klimat 2030.

### International

- Signerat nya säkerhetsavtalet i Bangladesh.

### Women Empowerment Project

- Shobola project avslutat hos leverantör i Bangladesh. Nu ytterligare 5 kvinnor i ledande positioner och 45 utbildade i kö för lediga tjänster.

\*Ekologisk bomull, lin och ull, Bomull genom Better cotton initiative, Återvunnen polyester, polyamid, ull, bomull, EcoVero, Tencel Lyocell, Tencel Modal, Birla Excel, Regenfiber på Canopystyles lista över lågriskleverantörer "green shirts", RWS, RDS.

\*\*Ekologisk bomull, bomull köpt genom Better cotton initiative och återvunnen bomull.

### Intressentdialog

På MQ Marqet har vi som mål att aktivt kommunicera med våra intressenter och kan på så vis fokusera vårt hållbarhetsarbete och vår hållbarhetskommunikation. Tabellen till höger presenterar våra prioriterade intressenter, hur vi kommunicerar med dem och vilka områden som är viktigast för dem. Prioriterade intressentgrupper är de som bedöms ha störst påverkan på bolagets verksamhet och som påverkas mest av det.

För MQ Marqets första hela räkenskapsår har det inte utförts någon undersökning, utan intressenternas viktiga frågor grundar sig i den dialog som vi hade 2019 i bolaget MQ Holding AB. Vi har därefter gjort kontinuerliga omvärldsbevakningar av forskning och medial rapportering som vi fortsatt stödjer oss på. Hållbarhetsrapportering och fokusområden ska spegla intressenternas förväntningar likväl bolagets sociala och miljömässiga påverkan och ansvarstagande.

| INTRESSENTER                            | DIALOG                                                                                                                                                                                                                                     | VIKTIGA FRÅGOR FÖR INTRESSENTERNA                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kunder                                  | Daglig kontakt genom butik, kundtjänst, hemsida och social media. Kundklubben är viktig för att skapa en starkare relation till kunderna.                                                                                                  | De dagliga frågorna från kunder är relaterade till produkterna, så som kemikalieinnehåll, hållbara fibrer, certifikat och produktionsprocesser samt arbetsförhållanden i fabrikena.                                                                                                                                         |
| Leverantörer                            | Koncernen strävar efter att ha långsiktiga och transparenta relationer med begränsat antal leverantörer. Dialog förs av huvudkontor och lokala inköpskontor genom möten, regelbundna besök och revisioner samt genom dagliga diskussioner. | Viktiga frågor för våra leverantörer handlar om ansvarsfulla inköp och socialt ansvar i produktion samt hälsa och säkerhet.                                                                                                                                                                                                 |
| Medarbetare och potentiella medarbetare | Dialog förs kontinuerligt genom exempelvis utvecklingssamtal, möten, utbildningar samt workshops.                                                                                                                                          | För den egna verksamheten är frågor om ledarskap, engagemang och psykosocial arbetsmiljö viktig. För bolagets verksamhet är värdekedjans process och dess effekter på vår omvärld viktig, utifrån social och ekologisk påverkan. På våra inköpskontor rankas produktkvalitet, jämställdhet och utbildningsmöjligheter högt. |
| Ägare                                   | Dialog förs genom kontinuerlig rapportering, finansiell rapportering och styrelsemöten.                                                                                                                                                    | Styrning av strategiska mål och transparent rapportering rankas som viktig. Ett strategiskt hållbarhetsarbete och ett ansvarsfullt agerande är viktigt, exempelvis arbetet kring mänskliga rättigheter samt att jobba med resurshållning och minskad klimatpåverkan.                                                        |
| Branschorganisationer och forskning     | Aspekter tas in genom olika branschinitiativ, nätverk, dialogträffar, forskningsrapporter samt rapporter från granskande oberoende organisationer.                                                                                         | Stort fokus ligger på levnadslöner, transparens, cirkulära affärsmodeller, minskning av växthusgaser och restaurering av den biologiska mångfalden.                                                                                                                                                                         |



# *Ramverk och åtaganden*

**MQ Marqet ska vara en ledande konceptbutik inom mode som är hållbar, resurseffektiv, cirkulär och lönsam.**

Under 20/21 har bolaget arbetat fram en ny hållbarhetsstrategi som sträcker sig till 2030. Den grundar sig i intressentdialoger, omvärldsanalyser och interna workshops. Det har varit en turbulent tid med en pandemi, ett allt större klimathot samtidigt som vi har startat upp ett helt nytt bolag. Att förstå omvärlden, hur den förändras och hur den påverkar

MQ Marqets verksamhet är därför avgörande för att kunna möta morgondagens förutsättningar, behov och efterfrågan. Med en globalt växande befolkning och en allt större medelklass kombinerat med ett ökat konsumtionsmönster som leder till avskogning, vattenbrist, jorderosion, minskad biologisk mångfald och klimatförändringar står modebranschen inför en stor utmaning som kräver storskalig förändring och innovation. Ökad medvetenhet och kunskap om dessa utmaningar leder till ett ökat intresse för återvin-

ning och cirkulära affärsmodeller. Vår strategi är fokuserad på de områden där vi har störst utmaningar och där vi kan påverka som mest. Vår vision är att MQ Marqet ska vara en ledande konceptbutik inom mode som är hållbar, resurseffektiv, cirkulär och lönsam. Syftet med Strategi 2030 är att i enlighet med FN:s globala mål för hållbar utveckling stärka MQ Marqets konkurrenskraft i en framtid med begränsade resurser.

## *Visioner*



### **Stil**

Att erbjuda mode som inspirerar i generationer.



### **Material**

Att skapa produkter med hänsyn till människor, djur och miljö som håller form och kvalitet över tid.



### **Cirkularitet**

Att bli helt cirkulära i design, produktion och konsumtion.



### **Omvärld**

Att säkerställa ansvarsfull produktion, verka i linje med Parisavtalet, minska vår påverkan på vatten och restaurera och bevara den biologiska mångfalden.

# Löften 2030

- Följ våra varumärkens kärna och alltid vara trogen vår stil.
- 100% miljömärkta produkter senast 2030.
- Minska jungfrulig bomull med 50% med 20/21 som basår.
- 100% vegetabilisk eller syntetiskt garvat skinn och läder senast 2030.
- 100% av våra papper- och plastförpackningar ska vara av återvunnet material senast 2030.
- 100% av våra transportkartonger ska vara av återvunnet material 2030, 50% 2023.
- Full transparens och spårbarhet till 2030.
- Designa för cirkularitet.
- Cirkulära tjänster ska 2030 stå för 20% av omsättningen.
- Producera det som efterfrågas och minska rean.
- Få andrahandsmarknaden att upplevas som förstahandsköp inom områden som marknadsföring, produktplacering, trendinställning, kommunikation, prissättning och leverans.
- Scope 1 och 2 klimatneutrala senast 2030.
- Scope 3 minska absoluta utsläppen med 50% till 2030 från basår 20/21.
- Öka andelen förnybar energi i produktionen
- Skapa ramverk för vatten och minska vår påverkan.
- Verka för att den biologiska mångfalden inte skadas och istället restaureras i hela värdekedjan.
- Säkerställa ansvarsfull produktion gällande arbetsvillkor och mänskliga rättigheter.
- Verka för levnadslön.
- Verka för jämställdhet och öka antalet kvinnor i ledande positioner på fabriksnivå.

# De globala målen

Bland de globala målen för hållbar utveckling har MQ Marqet identifierat sex globala mål där vi har störst påverkan och därmed möjlighet att påverka utifrån de utmaningar som finns i värdekedjan. FN:s 17 globala mål för hållbar utveckling syftar till att år 2030 avskaffa extrem

fattigdom, minska ojämlikheter och orättvisor i världen, främja fred och rättvisa samt hitta lösningar på klimatkrisen och säkerställa ett varaktigt skydd för planeten och dess naturresurser. Se nedan vad målen står för och exempel på hur vi jobbar med dem.



## Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion

Säkerställa hållbara konsumtions- och produktionsmönster. MQ Marqet verkar för att skapa konkurrenskraftiga modeprodukter med hänsyn till människor, djur och miljö som håller form och kvalitet över tid. Kunderna guidas till mer hållbara val och mer cirkulära affärsmodeller utvecklas.



## Mål 6 Rent vatten och sanitet

Säkerställa tillgången till en hållbar förvaltning av vatten och sanitet för alla. MQ Marqet verkar för vattenbesparande åtgärder genom mer hållbara material och hållbara processer i bolagets produkter. MQ Marqet samarbetar exempelvis med BCI, Better Cotton Initiative, för att förbättra den globala bomullsodlingen.



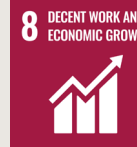
## Mål 15 Ekosystem och biologisk mångfald

Skydda, återställa och främja ett hållbart nyttjande av landbaserade ekosystem, hållbart bruka skogar, bekämpa ökenspridning, hejda och restaurera markförstörelsen samt hejda förlusten av biologisk mångfald. MQ Marqet verkar för att skydda ekosystem och biologisk mångfald genom exempelvis vårt åtagande i Canopystyle där vi skyddar urskog och utrotningsrotad skog genom att säkerställa råvara för våra träbaserade material.



## Mål 13 Bekämpa klimatförändringarna

Vidta omedelbara åtgärder för att bekämpa klimatförändringarna och dess konsekvenser. MQ Marqet är medlem i STICA, Swedish Textile Initiative for Climate Action, ett nätverk som skapar förutsättningar för att minska textiliers klimatpåverkan.



## Mål 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Verka för varaktig, inkluderande och hållbar ekonomisk tillväxt, full och produktiv sysselsättning med anständiga arbetsvillkor för alla. MQ Marqet skapar ekonomisk tillväxt genom arbetstillfällen och verkar för goda arbetsvillkor och en trygg arbetsmiljö på egna arbetsplatser och hos leverantörer. I samarbete med amfori BSCI stöttar vi leverantörernas arbete med att förbättra produktionen och bidra till att kompetensen höjs.



## Mål 17 Genomförande och globalt partnerskap

Stärka genomförandemedlen och vitalisera det globala partnerskapet för hållbar utveckling. MQ Marqet verkar för kunskapshöjning i branschen genom samarbete med leverantörer, intresseorganisationer och andra modeföretag.

## Uppföljning och hållbarhetsmål

### Mål och utfall

MQ Marqet vill flytta fram sina positioner och kopplar hållbarhetsarbetet till affären och FN:s globala mål. Tabellen visar målen inom strategiskt prioriterade områden i nuläget. Eftersom detta är MQ Marqets första hållbarhetsredovisning finns inga jämförelsesiffror.

| NYCKELTAL MATERIAL*                                      | MÅL        | UTFALL 20/21 |
|----------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Mer hållbara material, egna varumärken                   | 100% 2030  | 67%          |
| Mer hållbara material, externa varumärken                | 100% 2030  | 15%          |
| Bomull från mer hållbara källor, egna varumärken         | 100%       | 99,6%        |
| Bomull från mer hållbara källor, externa varumärken      | 100% 22/23 | 13%          |
| Regenatfiber från lågriskproducenter, egna varumärken    | 100%       | 93%          |
| Återvunnen polyester, egna varumärken                    | 100% 2030  | 29%          |
| Certifieradmuelsingfri merinoull, totalt alla varumärken | 100%       | 100%         |
| Transportkartonger i återvunnet material                 | 50% 2030   | 55%          |
| Reklamationsgrad, egna varumärken                        | 0%         | 0,29%        |
| Reklamationsgrad, externa varumärken                     | 0%         | 0,27%        |

\* Baserat på total volym i antal produkter



| NYCKELTAL CIRKULARITET         | MÅL                           | UTFALL 20/21                      |
|--------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| Omsättning cirkulära tjänster* | 20% 2030                      | 0,27%                             |
| Antal sålda second hand-plagg  | -                             | 8523                              |
| Antal lagade reklamationer     | Alltid laga om det är möjligt | 407 st<br>(7% av reklamationerna) |

| NYCKELTAL OMVÄRLD               | MÅL                  | UTFALL 20/21    |
|---------------------------------|----------------------|-----------------|
| Koldioxidutsläpp Scope 1, 2     | Räkna ut basår 20/21 | 295 ton CO2e    |
| Koldioxidutsläpp Scope 3        | Räkna ut basår 20/21 | 18234 CO2e      |
| Antal butiker med LED-belysning | 100%                 | 65 butiker, 72% |
| Antal leverantörer              | -                    | 52 leverantörer |
| Antal fabriker                  | -                    | 66 fabriker     |
| Antal reviderade fabriker       | 100%                 | 91%             |

\*Skräddartjänster, personal shopper, uthyrning, second hand, sneakerstvädden



# Stil

## **En personlig stil för ett mer hållbart mode**

På MQ Marqet gör vi skillnad på mode och stil. Trender kommer och går, men vår personliga stil är något vi bär med oss genom hela livet. Den fungerar som en förlängning av vår personlighet och kommunicerar till omvärlden vilka vi är och vad vi står för. I över 60 år har vi hjälpt våra kunder att hitta sin stil och genom att känna våra målgrupper väl fortsätter vi att skapa tidlösa kollektioner som tilltalar dem. Kläder och kreationer som med klassiska snitt, tidlös elegans och träffsäker form fortsätter att inspirera i generationer.

Våra design- och inköpsavdelningar arbetar med alla aspekter av en smartare garderob där estetisk hållbarhet en viktig del. För plagg som är designade att hålla över tid minskar behovet av ytterligare klädkonsumtion. Men kläderna ska också användas under hela deras livslängd. Därför uppmuntrar och utbildar vi våra kun-

der i hur de kan ta vara på sin befintliga garderob och inspirerar med kompletterande plagg i säsong. Det är så vi uppnår ett mer hållbart mode, samtidigt som vi är trogna mot våra kunders stil.

## **Designern berättar**

En av skaparna bakom varumärket Stockh lm heter Cecilia Petersson, designer på MQ Marqet. Cecilia berättar kort om hur designavdelningen arbetar med hållbarhetsfrågor. "De mest hållbara plaggen är de som används ofta och länge. Det gör att uttrycket i det vi skapar måste kännas tidlöst. Att det klassiska och tidlösa har blivit mode är en utveckling vi jobbar för att uppmuntra. Vi vill göra det enkelt för kunderna att bygga en garderob de älskar, och tillsammans med dem skapa ett uttryck de känner sig fina och bekväma i. Slit-och-släng-modets tid är tack och lov passerad."





# Material

## Val av material

Vi har tydliga mål för att öka andelen mer hållbara material\* med hög kvalitetsnivå i våra produkter. Vårt fokus ligger på att öka ekologiska, återvunna och spårbara fibrer men även att säkerställa god djurhållning för våra animaliska fibrer. För att arbeta systematiskt med våra material använder MQ Marqet sig av ett materialverktyg. Verktöget klassar materialen inom områdena miljö, spårbarhet och kvalitet. Exempelvis får konventionellt producerad viskos en låg klassning medan materialet TENCEL™ får en hög klassning då fibern är tillverkad av FSC-certifierade träd, producerad i slutna system där kemikalier och vatten återvinns och återanvänds.

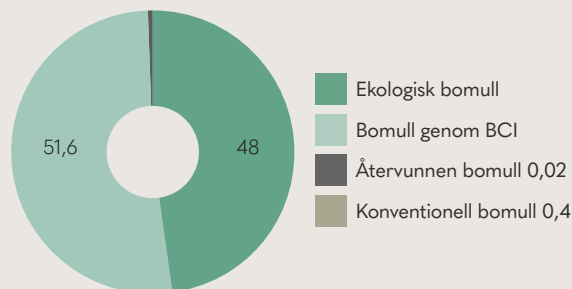
## Bomull

MQ Marqets mål är att 100 procent av bomullen i egna varumärken ska komma från mer hållbara källor, 100 procent på hela sortimentet år 22/23. I målet innefattas ekologisk bomull, återvunnen bomull och bomull köpt genom Better cotton initiative. På lång sikt är målet att minska den totala användningen av ny bomull, då även ekologisk bomull har stora konsekvenser på miljön.

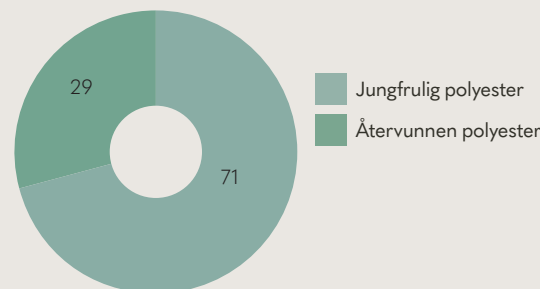
Genom Better cotton initiative bidrar medlemmarna med investeringar som går till att utbilda bomullsodlare inom hållbara produktionsmetoder. Utbildningen syftar till att utveckla odlingen

med mindre mängd bekämpningsmedel, gödningsmedel och vatten samt att öka odlarnas kunskap om jord och biologisk mångfald. Arbetssituationen för bomullsodlarna förbättras och odlingen blir mer ekonomisk, miljömässig och socialt hållbar. Better Cotton omfattar i dag 22 procent av den globala bomullsproduktionen.

**Bomull  
egna varumärken\*\***



**Polyester  
egna varumärken\*\***



\*\*Baserat på total volym i antal produkter.

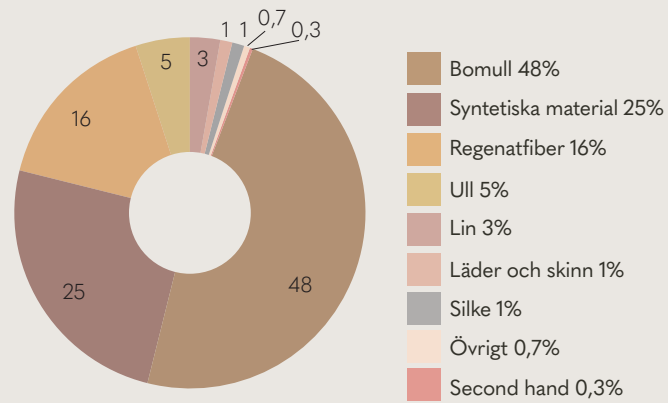
## Mer hållbara material

Vad menar vi med mer hållbara material? Vi vet att det idag inte finns material som inte på något vis påverkar miljö eller klimat. Men det finns material som är bättre och sämre. För att kunna urskilja dessa material från varandra och för att kunna sätta upp en tydlig materialstrategi kallar vi därför de material\* med mindre negativ miljöpåverkan för mer hållbara material. Dessa material är råmaterial som kommer från en förnybar eller återvunnen källa och att fibrer odlas och produceras med metoder som har en mindre negativ påverkan på naturens resurser jämfört med konventionella metoder.

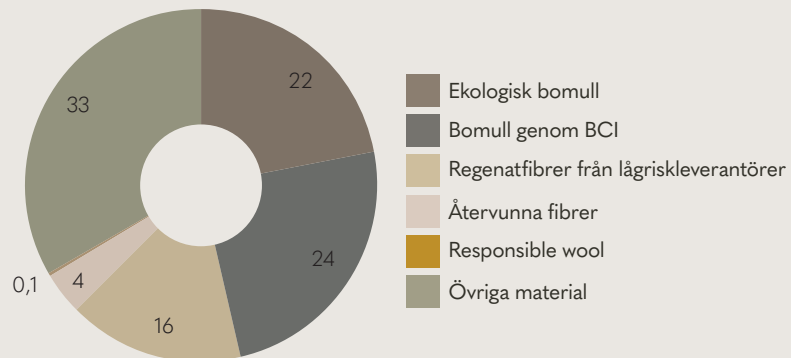
\*De mer hållbara material vi har i sortimentet idag är: ekologisk bomull, lin och ull, bomull genom BCI, återvunnen polyester, polyamid, ull, bomull, EcoVero, Tencel Lyocell, Tencell Modal, Birla, Excel, Regenatfiber på Canopystyles lista över lågriskleverantörer "green shirts", RWS, RDS.



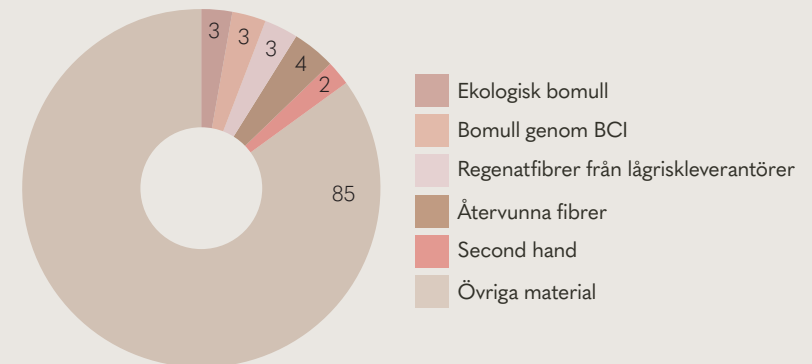
**Fördelning av fibersort  
på MQ Marqet\***



**Mer hållbara material vs  
ej hållbara egna varumärken\***



**Mer hållbara material vs ej  
hållbara externa varumärken\***



\*Baserat på total volym i antal produkter.



### Återvunna material

Polyesterfibern är ett starkt och tåligt material som med sina positiva egenskaper och sitt relativt låga pris blivit ett mycket omtyckt material. Fibern är dock oljebaserad och är således ett icke förnybart material med en kemikalieintensiv framställningsprocess. MQ Marqet har därför som mål att använda sig av mer återvunnen polyester för att minska miljöpåverkan och tittar även på bättre infärgningsprocesser för att minska miljöpåverkan i produktionen. Andra återvunna material som används är återvunnen ull, återvunnen polyamid och återvunnen metall på knappar och nitar.

### Regenatfiber

Varje år avverkas mer än 200 miljoner träd\* runt om i världen, som sedan används till tygtillverkning. Viskos, modal och lyocell är exempel på material som är cellulosabaserade och gjort på trämassa. Många av dessa träd kommer från skogar med rik biologisk mångfald och som har en viktig kollagringsfunktion. För att minska den negativa påverkan och bidra till ett mer hållbart skogsbruk, anslöt sig MQ Marqet 2018 till initiativet och miljöorganisationen Canopystyle. Tillsammans med organisationen är vårt mål att försäkra sig om att de cellulosabaserade material som används i tillverkningen av plagg, inte kommer från urskog och utrotningshotade skogar. För att nå målet främjas användningen av material som kommer från FSC-certifierade plantager eller FSC-certifierade skogar.

\*Källa: canopyplanet.org

\*\*Baserat på total volym i antal produkter.

Under verksamhetsåret har kartläggningen av ursprunget på cellulosabaserade material fortsatt och inköpen styrts mot producenter som har en låg risk i Canopystyles revisionsrapport av viskosproducenter, vilka benämns i Hot button report (<https://hotbutton.canopyplanet.org/>). Genom samarbete inom initiativet Canopystyle verkar modeaktörer också för att skapa nästa generations hållbara material. Fokus ligger på cellulosabaserade material med liten negativ miljöpåverkan där tillverkningsprocessen är sluten och där kemikalier och vatten återvinns och återanvänds.

### Papp

För att minska avtrycket från vårt emballage har vi gått med i Canopystyles initiativ Pack4Good, där har vi åtagit oss att använda oss av minst 50% återvunnet material till våra transportkartonger senast 2023 och där resterande jungfruligt material måste vara FSC-certifierat. Vi har under året kartlagt våra leverantörer och vilket material som i dagsläget används. Vi har redan uppnått vårt mål gällande andelen återvunnet då vi ligger på 55% återvunnet material. Kartläggning av jungfruligt material återstår. Vi har även säkrat att våra papperspåsar i butik och våra e-handelskartonger består av 80% återvunnet och 20% FSC-certifierat material.

### Plast

Vi har som mål att minska vår plastanvändning och helt övergå till återvunnen

plast för allt vårt emballage senast 2030. Vi jobbar i dagsläget med att minska mängden polybags vi använder i transport från produktion. Vi har i butik gått över till papperspåsar där vi även jobbar med att minska antal påsar genom att ta betalt för påsen och istället erbjuda flergångspåsar och uppmuntra kunden att ta med flergångspåse vid köp hos oss. Vi har en plastpåse kvar på e-handel som består av 100% återvunnen industriplast.

### Produkter

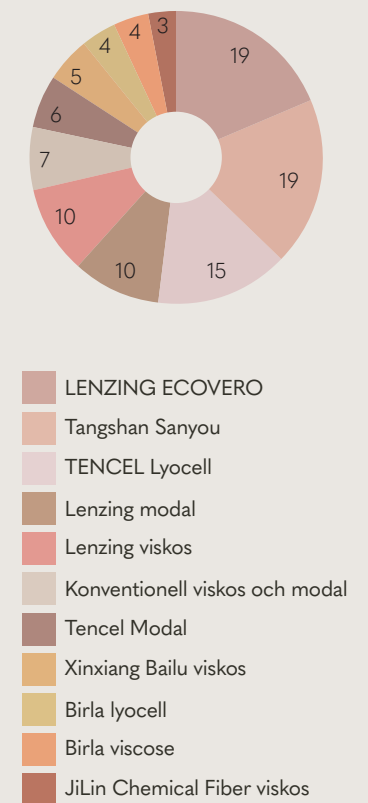
Som kund ska man känna trygghet med MQ Marqets kvalitet och att produkterna har tillverkats med hänsyn tagen till både människor, djur och miljö.

### Kvalitet

Kvalitet är MQ Marqets främsta kärnvärde. Plagg designade för att hålla över tid reducerar behovet för ytterligare konsumtion vilket leder till mindre koldioxidutsläpp, avfall och resursanvändning. Vi vet att en fördubblad livslängd av alla textila produkter skulle minska klimatpåverkan med hela 49 procent\*. Därför är det viktigt för oss att vi skapa förutsättningar för att kunden ska kunna konsumera cirkulärt och hållbart. Vi strävar därför efter att erbjuda ett sortiment med hög kvalitet i mer hållbara och återvunna material med bra passform för att kunden ska kunna använda sitt plagg ofta och länge.

MQ Marqet arbetar aktivt med att kontrollera produktkvalitet genom både in-

Regenatfiber egna varumärken\*\*







terna och externa kvalitetskontroller som säkerställer att kvalitetskraven uppnås. Leverantörer garanterar produktsäkerhet via avtal och kontrakt samt uppföljning genom tester. Vid framtagning av nya produkter och kvaliteter görs alltid en riskanalys för att säkerställa att produkten kan uppnå kraven vad gäller exempelvis kvalitet och kemikalier. MQ Marqet följer kontinuerligt upp reklamationer och har som mål att inga varor ska reklameras. Under 20/21 var reklamationsgrad på egna varumärken 0,29% och på externa varumärken 0,27%.

#### **Kemikalier**

MQ Marqet har också höga krav gällande kemikalier och har som mål att inga sålda varor ska innehålla miljö- eller hälsofarliga kemikalier. Tillsammans med leverantörerna säkerställer bolaget att produkterna inte innehåller förbjudna, ohälsosamma eller miljöskadliga kemikalier. Leverantörer förbinder sig genom avtal att följa aktuella kemikalierestriktioner. Dessa uppdateras årligen och baseras på EU-lagstiftning, REACH, och

Textilimportörernas kemikalieguide. MQ Marqet tillämpar försiktighetsprincipen och undviker material som innehåller möjliga farliga ämnen och kemikalier, exempelvis fluorkemikalier och PVC. Det gäller både interna och externa varumärken. Stickprovskontroller görs för att säkerställa att regelverket följs. Om en produkt underkänns stoppas ordern och dialog förs med leverantören för att förhindra upprepning. Inga produkter har återkallats eller stoppats under året på grund av att de ej nått kemikaliekraven. MQ Marqet är medlem i Kemikaliegruppen Textil, en kunskapsplattform som organiseras av RISE.

#### **Djurrättspolicy**

MQ Marqet anser att djur ska få sina grundläggande behov tillgodosedda. Krav ställs på att alla leverantörer och fabriker i produktionskedjan måste respektera djurens välbefinnande och de fem friheterna som är rekommendationer rörande djurskydd fastställda av Farm Animal Welfare Council. Utöver det ställs specifika krav för respektive animaliskt material

i kontrakt och avtal med leverantörer.

Mer om detta finns på [www.mq.se](http://www.mq.se).

MQ Marqet är med i Svensk Handels nätverk för djurrättsfrågor i modeindustrin. Spårbarhet är en prioriterad fråga för att kunna säkerställa de fem friheterna. I dagsläget har inte MQ Marqet spårbarhet för alla animaliska material, men arbete pågår för att hitta sätt att nå detta. För merinoull har vi krav på spårbarhet. Under 20/21 har samtliga plagg som innehåller merinoull och som sålts hos MQ Marqet varit certifierade med certificate of origin samt ITWO om ullen varit från Australien.



## *Transparens och spårbarhet*

Transparens behövs för att förstå vår leverantörskedja och för att kunna identifiera och adressera våra utmaningar. Transparens är en stor utmaning i modebranschen men det är också nyckeln till att göra framsteg inom alla hållbarhetsområden såsom klimat, miljö och mänskliga rättigheter. Spårbarhet och transparens handlar om att få fram korrekt, jämförbar och pålitlig information i hela värdekedjan och ger oss kunskap om var vi producerar och vår påverkan i kedjans alla led. Transparens underlättar även spårbarhet och cirkulära flöden men är också nödvändigt för att våra kunder ska kunna göra ett tillförlitligt och medvetet val. MQ Marqet ska verka för full transparens och spårbarhet till 2030.

För att minska vår klimat- och miljöpåverkan behöver både vi som producent och våra kunder tänka om när det kommer till att konsumera mode.

För oss betyder det inte bara att erbjuda plagg, utan också informera kunderna hur man kan konsumera mer hållbart och vårda plaggen för en längre livslängd.

### **Kundmötet**

Varje kundmöte är viktigt för MQ Marqet och vi har en lång historia av personligt utvecklad service och ett selektivt utvalt mode för att passa målgruppen. I det ingår fokus på ansvarsfullt mode och konsumtion. Här är en kunnig och engagerad personal avgörande. Därför utbildas all säljpersonal i personlig service, klädvård och hållbarhet. Butikssäljare får fördjupad kunskap genom ett digitalt utbildningsverktyg, kallat "Smart styling". Syftet är att göra säljaren trygg i sin kunskap vilket ökar viljan att informera kunden. Tips om skötsel som bevarar plagget och ökar livslängden bygger förtroende för kvalitetsnivån och är en del av det personliga bemötandet. För att underlätta



för kunden att göra hållbara val arbetar MQ Marqet även med att förbättra märkning och materialinformation på plaggens etiketter. MQ Marqet erbjuder även tidsbokad personlig styling, där möjligheterna att bidra till en mer hållbar och långsiktig garderob för kunden är goda. Hållbarhetsinformation finns tillgänglig för e-handelskunder liksom tips om klädvård. Ett ökat fokus på kvalitet och hållbarhet i marknadskommunikationen i kombination hoppas vi kommer öka kundernas preferens och kännedom om MQ Marqet.

#### ***Etiketter och skötselråd – butik och e-handel***

Vi ser att det finns ett behov av förbättrad kommunikation mot våra kunder för att tillsammans minska plaggens påverkan. Vi använder oss av en egen märkning för att underlätta för kunden att göra ett bättre val gällande material, vilket också finns tillgänglig under produktbeskrivning på vår e-handel. På våra skötselråd rekommenderar vi mindre frekvent tvätt och i svalare temperaturer. Tips och trix finns även att hitta på vår hemsida.

#### ***Publicerad leverantörslista***

Som ett led i arbetet med transparens publiceras MQ Marqets leverantörslista på hemsidan. På det sättet är det möjligt för samtliga intressenter – leverantörer, konsumenter, organisationer och myndigheter – att granska var MQ Marqets produkter produceras. Vår leverantörslista finns att ta del av på [www.mq.se/hallbarhet/arbetsvillkor](http://www.mq.se/hallbarhet/arbetsvillkor).





# Cirkularitet

Med en växande befolkning, ohållbara konsumtionsmönster och affärsmodeller som bygger på överproduktion, använder vi mer naturresurser än vad vår planet kan hantera. För att möta dessa utmaningar måste resurserna användas på ett bättre och mer effektivt sätt. Vi behöver flytta oss från linjära flöden och anamma cirkulära modeller där vi designar bort avfall, återskapar resurser och förlänger värdet på våra produkter.

MQ Marqet har därför en hög cirkulär vision där vi jobbar utifrån ramverket för cirkulärt mode och följer dess fyra principer: Reducera, Reparera, Återanvända och Återvinna. Som tillägg använder vi även avfallstrappans hierarki, där det i första hand handlar om att reducera, sedan återanvända och till sist återvinna. Vi behöver säkerställa en cirkulär och hållbar design, produktion och konsumtion. Det innebär att minimera avfallsmängden, öka resurseffektiviteten (i både produktions- och konsumtionsleden)

och minska behovet av nyproduktion. Det betyder även att de material som cirkulerar i samhället ska vara fria från gifter, framtagna med minsta miljöpåverkan och producerade med förnyelsebar energi.

Vårt mål är att våra kunder ska kunna använda sina produkter under en lång tid, men att de även genom second hand ska kunna återanvändas av en ny kund i ett andra steg. Vi ser också att våra plagg ska kunna hyras och i ett tredje skede kunna göras om och säljas vidare. När en produkt till slut verkligen är helt uttjänt måste vi ha skapat förutsättningar för att den ska kunna återvinnas på ett enkelt sätt. Val av material i designfasen är nyckeln ur ett återvinningsperspektiv och ju renare sammansättningen av produkten, desto lättare blir den att återvinna.





## *Cirkulära tjänster*

MQ Marqets mål är att överträffa kundens förväntningar och erbjuda mode för en mer hållbar garderob. Hållbarhetsarbetet tar utgångspunkt i design och materialval för att öka plaggens livslängd – samtidigt som det ökar förutsättningarna för att kunden ska vilja använda och bära plaggen ofta. Att plaggen håller längre och används mer är viktigt för MQ Marqet. Enligt det tvärvetenskapliga svenska forskningsprogrammet Mistra Future Fashion, kan ett plagg klimatpåverkan minska med 49% om dess aktiva livslängd förlängs genom att plagget används dubbelt så många gånger jämfört med genomsnittet\*. Ett sätt att i konsumtionsledet åstadkomma stor förändring är modeller för cirkulärt mode. Under verksamhetsåret har MQ Marqet tagit flera initiativ inom ramen för cirkulärt mode.

*Att säljare tipsar om hur  
ett plagg livslängd kan  
förlängas med rätt skötsel  
är en del av det personliga  
bemötandet.*

\*<http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2019/08/G.Sandin-Environmental-assessment-of-Swedish-clothing-consumption.MistraFutureFashionReport-2019.05.pdf>





## Våra cirkulära tjänster



Skrädderi



Personal shopper



Klädvård



Klädinlämning



Hyr en outfit



Second hand



Sneakerstvätten

### Förlängd livslängd och klädvård

Där plaggen är möjliga att laga är skräddare alltid förstahandsvalet när det gäller reklamationer hos MQ Marqet. Detta utifrån ett hållbarhetsperspektiv. På så sätt involveras även kunden i hållbarhetsarbetet och medvetenheten ökar.

Våra kunder måste också ta hand om sina plagg så att de ska kunna leva länge. Därför kommunicerar vi både genom vår kunniga butikspersonal men även digitalt i vårt möte med kunden om hur de tvättar rätt, hur de kan vårda och laga sina kläder men också att kläderna inte ska hamna i soporna utan ses som en värdefull resurs som vi tillsammans

kan återanvända. För genom att minska mängden oanvända kläder och felköp skapar vi förutsättningar för kunden att bygga en noga utvald garderob tillsammans med vår butikspersonal. Vi erbjuder även våra kunder ett brett sortiment med klädvårdsprodukter, exempelvis ullkam, klädborste, tvättpåse och även tvättprodukter från svenskproducerade varumärket Washologi.

### Uthyrning

MQ Marqet startade under året ett pilotprojekt för uthyrning på PUB. Målet är att göra det möjligt för kunder att hyra och dela produkter från MQ Marqet.

Kunderna erbjuds möjlighet att förändra sitt konsumtionsmönster genom att hyra plagg till sin garderob och på så sätt fortsatt få tillgång till moderiktiga produkter, men med en mindre total klädkonsumtion. Lärdomar från piloten kommer följas upp och utvecklas och uthyrning kommer under hösten att implementeras i fler butiker.

### Återanvändning och återvinning

Under flera år har MQ Marqet och Myrorna samarbetat och vi fortsätter att utöka vårt samarbete. Myrorna har idag 14 butiker med second hand hos MQ Marqet och MQ Marqet har insam-

ling av textil från kund i samtliga butiker. De insamlade produkterna går till Myrorna för att hitta en ny ägare vilket förlänger plaggets liv. Vi fortsätter även att skänka plagg som inte kan lagas eller säljas till Myrorna för återanvändning och återvinning.

### Sneakerstvätten

Ett nytt spännande samarbete där våra kunder kan lämna in sina sneakers och ge dem ett nytt liv genom olika behandlingar. Tjänsten finns tillgänglig i alla 90 st MQ Marqet butiker.



# Omvärld

Vi ska säkerställa en ansvarsfull produktion, verka i linje med Parisavtalet, minska vår påverkan på vatten och restaurera och bevara den biologiska mångfalden.

## **Klimatet**

Mode- och textilindustrin står för en betydande del av världens växthusgasutsläpp. Produktion, transport, användning och kassering av textila produkter genererar en betydande mängd utsläpp av växthusgaser som bidrar till den globala uppvärmningen. MQ Marqet har därför satt upp mål om att verka i linje med Parisavtalet. Kärnan i avtalet är att begränsa den globala uppvärmningen och betyder i korthet att halvera växthusgasutsläppen globalt senast 2030. Vårt fokus är att reducera vår energianvändning, verka för förnyelsebar energi i leverantörskedjan, öka våra cirkulära flöden och i sista hand klimatkompensera.

För att motverka klimatförändringarna och effektivt arbeta med klimatanpassningsåtgärder behövs samarbete. MQ Marqet har därför gått med i STICA, ett

initiativ för samverkan, kunskapsdelning och framtagning av gemensamma verktyg, där Sveriges mode- och textilindustri ska leda vägen med ambitionen om att vara klimatneutral i god tid före år 2050. MQ Marqet ska kartlägga och mäta vår påverkan årligen enligt GHG protocol i scope 1, 2 och 3 med 2020/2021 som basår. Utsläpp redovisas indelat i tre scope. Scope 1 är de direkta utsläppen som verksamheten har i egen drift, scope 2 är de indirekta utsläppen för att producera inköpt energi, scope 3 är övriga indirekta utsläpp från tjänsteresor, transporter, lager och produktion av inköpta varor.

MQ Marqet har även gått med i Klimat 2030, ett initiativ ihop med andra västsvenska aktörer inom mode och textilbranschen där målet är att tillsammans stötta och hjälpa varandra i klimatomställningen. Klimat 2030 är en kraftsamling för företag i Västra Götaland där man som undertecknad sluter sig bakom målet att bidra till ett fossiloberoende Västra Götaland senast 2030.

Eftersom det bästa ur klimatsynpunkt är att förlänga den aktiva livslängden för varje plagg, är kvalitet och cirkularitet en viktig del av MQ Marqets lösning för att minska våra koldioxidutsläpp. Därför jobbar vi kontinuerligt med att hitta ännu fler sätt att effektivt använda de resurser som redan finns på marknaden men att också utöka och skala upp de cirkulära flöden vi redan har för att minska vårt avtryck. MQ Marqet har en resepolicy för tjänsteresor som förespråkar att personal ska välja tåg framför flyg och kollektivtrafik för lokala resor.

Även om scope 1 och 2 står för en mindre del av vårt totala klimatavtryck jobbar vi fortlöpande med att minska våra utsläpp. I butiker, kontor samt på lager så används energi framförallt genom belysning, uppvärmning och kylning. Policyn är att alltid välja så kallad grön el när möjligheten finns. Det pågår även ett arbete med att byta ut belysning i butik till LED-belysning, vilket ger mest effekt på minskad energianvändning i butik. Antal MQ-butiker med LED-belysning uppgår till 72 procent.



### **Totala utsläpp av växthusgaser för 20/21**

Vi har för första gången räknat på våra koldioxidutsläpp i alla tre scope. Vi ligger totalt för scope 1, 2 och 3 på 18 529 ton CO<sub>2</sub>e, varav 98,41% är utsläpp i scope 3. Vi kommer först nästa år att kunna rapportera egna jämförelsesiffror. Beräkningarna är gjorda med 58% verklig data och resterande är beräknade genom schabloner.

I scope 1 ingår data för våra tjänstebilar samt köldmedieläckage för våra butiker och vårt huvudkontor. Vi har 100% verklig data från våra tjänstebilar. Gällande köldmedieläckage har vi fått in information från 95% av våra butiker. Resterande är beräknade med schablon.

I scope 2 ingår elförbrukning och uppvärmning av vårt huvudkontor och våra butiker. Under 20/21 hyr vi 94 st lokaler för våra butiker. MQ Marqet äger elen och energikontrakt för 60% av våra butiker. Vi har fått in data gällande elförbrukning från 92 st lokaler. Mer detaljerade siffror för beräkningar av klimatpåverkan

från uppvärmning kommer att utökas för nästa räkenskapsår.

I scope 3 har vi använt oss av både verklig data och schabloner. Vår största påverkan att reducera finns i scope 3 och vi har som mål att utöka mängden verklig data till nästa års beräkningar. I scope 3 ingår alla inköpta material för både interna och externa varumärken, denna data är beräknad på verklig data men med schabloner på energianvändning i produktion samt för tvätt produkter från Washologi och smycken från Edblad. I scope 3 ingår även alla våra transporter, mellan produktionsenheter, från produktionsland till lager och från lager ut till butik och kunder genom e-handeln.

Gällande transporter mellan produktionsenheter är dessa beräknade med schabloner, resterande är baserat på verklig data. I scope 3 beräknas även energi och uppvärmning från vårt lager samt utsläpp från tjänsteresor, vilket är baserat på verklig data.

| TOTALA UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER<br>SCOPE 1, 2 OCH 3      | TOTALA UTSLÄPP<br>20/21, TON | ANDEL, %    |
|---------------------------------------------------------|------------------------------|-------------|
| Tjänsteresor                                            | 14,3                         | 0,1%        |
| Tjänstebilar                                            | 14,2                         | 0,08%       |
| Tåg                                                     | 0,04                         | 0,0002%     |
| <b>Energianvändning inom den egna verksamheten</b>      | <b>307,6</b>                 | <b>2%</b>   |
| Elförbrukning                                           | 105,2                        | 0,6%        |
| Uppvärmning                                             | 202,4                        | 1,1%        |
| <b>Köpta varor och tjänster</b>                         | <b>17 416,2</b>              | <b>94%</b>  |
| Leverantörsnivå 1: Sömnad                               | 7440,8                       | 40%         |
| Leverantörsnivå 2–4: Material, garn och tygtillverkning | 9694,1                       | 52%         |
| Förpackningsmaterial                                    | 278,7                        | 2%          |
| Tvättning (Leverantörsnivå 1–4)                         | 2,6                          | 0,0,1%      |
| <b>Transport och distribution</b>                       | <b>753</b>                   | <b>4%</b>   |
| Flygtransport                                           | 518,2                        | 2,8%        |
| Båttransport                                            | 139,3                        | 0,8%        |
| Tågtransport                                            | 7,3                          | 0,04%       |
| Biltransport                                            | 88,4                         | 0,5%        |
| <b>Övrigt</b>                                           | <b>38</b>                    | <b>0%</b>   |
| Lagerhållning                                           | 5,9                          | 0,03%       |
| Köldmedieläckage                                        | 32,1                         | 0%          |
| <b>TOTALT</b>                                           | <b>18 529</b>                | <b>100%</b> |



*"Being part of STICA has helped us to address our climate challenge. We believe STICA is important to join forces in our industry and to accelerate the work needed to be done. Joining the initiative was a kick start for us and provided us with the necessary knowledge and tools to move forward and accelerate our climate focus. We humbly acknowledge the great challenge we have ahead of us to reduce our climate impact and reach our goals. Together with STICA we have set the goal to operate in line with the Paris Agreement and to annually measure and report our emissions and our status in relation to the 1.5 degree goal. With STICA we feel that we have the support needed for the important work that lays ahead of us."*

– Eleonor Björserud, Sustainability Manager, MQ Marqet





### Logistik

För optimal försäljning krävs att rätt vara är på rätt plats i rätt tid. Arbetet med varutransporter har även stor betydelse för att minimera bolagets utsläpp av växthusgaser. Varje år transporteras tusentals varor från andra delar av världen till MQ Marqets butiker samt e-handel i Sverige. Ett effektivt flöde – från fabrik till butik – är viktigt för att hålla verksamheten igång och tillgodose kundernas behov. Effektiva transporter är också viktiga ur ett hållbarhetsperspektiv. Arbetet med att optimera ledtider och effektivisera varuflöde och lagernivåer pågår ständigt som en del av det löpande effektiviseringsarbetet. MQ Marqet äger inga egna centrallager utan anlitar externa logistikföretag. I samarbete med varumärkesleverantörer styrs varuströmmar av både egna och externa varumärken via ett centrallager. För leverans till butik används ett efterfrågestyrt påfyllnadssystem. Leverans av e-handelsvaror sker till butik för utlämning till kund eller till utlämningsställe. En stor andel av de e-handelsordrar som hämtas av kund i butik samordnas med övriga butiksleveranser för att ge en

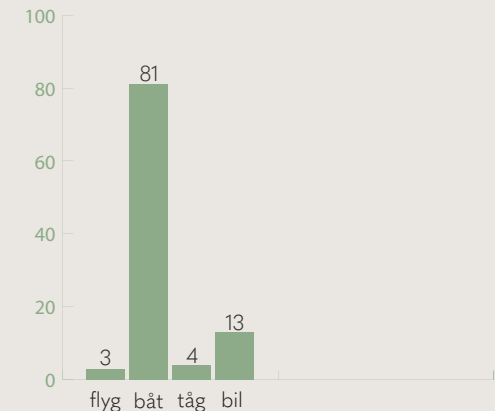
effektiv distribution. Under det gångna året har vi skapat möjlighet för butikerna att plocka e-handelsordrar till kunden från butikens sortiment vilket ytterligare minskar transportvolymerna. MQ Marqet anlitar Schenker Logistics som extern logistikpartner. För att ytterligare effektivisera lagerdriften har vi övergått till en automatiserad lagerprocess.

Valet av transportslag är avgörande för att minimera negativ belastning på miljön. Flygfrakt ska endast användas i enstaka undantagsfall, men p.g.a varubrist vid uppstart av det nya företaget fraktades 3 procent av försändelserna med flyg under 20/21, vilket resulterade i en högre andel koldioxidutsläpp. Målet är dock att tågtransport ska användas i möjligaste mån vid exempelvis produktionsförseningar från Asien.

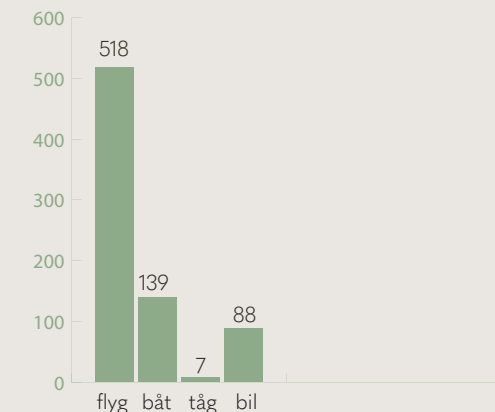
Koldioxidutsläpp från sjö-, bil- och flygtransporter beräknas utifrån en well-to-wheel-princip, där hänsyn tas till hela produktions- och distributionskedjan och hur effektiv energiomvandlingen är i fordonen. TTW (Tank-to-wheel) motsva-

rar utsläpp ur avgasröret som kommer från förbränning av fossila drivmedel. WTT (Well-to-tank) motsvarar de fossila utsläpp som uppstår vid markberedning, odling, produktion och distribution av drivmedlet. Adderar man utsläppen TTW och WTT får man de fossila utsläppen WTW i livscykelperspektiv "well-to-wheel". MQ Marqet arbetar fortlöpande och i dialog med speditörer för att påverka och främja aktiviteter som kan minska miljöpåverkan från transporter. Exempel på detta är att använda rederier med bättre miljöklassning och satsningar på samlastning från avgångshamnar. Vi har under året minskat leveransfrekvensen till butik vilket i snitt lett till större men färre försändningar. Under kommande år kommer transportavtalet gällande butiksleveranser ses över där en viktig parameter kommer att vara transportörens förmåga att använda fordon med förnyelsebar energikälla såsom elektricitet. Tillsammans med speditörer arbetar koncernen med att kontinuerligt undersöka möjligheterna att tillämpa miljömässigt bättre transportalternativ.

**Försändelser per transportsätt, procent**



**Totala utsläpp per transportsätt, ton CO2e**







## *Rent vatten i produktion*

En hållbar vattenanvändning är viktigt för att minska vattenbrist, skydda biologisk mångfald och tillhandahålla säkert dricksvatten och sanitet runt om i världen. Men modeindustrin är idag beroende av stora mängder vatten då det är en grundläggande del i produktionen av fiber, tyger, färgning och efterbehandling av textila produkter. Vattenförbrukningen varierar stort beroende på val av material, produktionsprocesser och fabriker.

Vårt mål är att minska vår påverkan på vatten genom att vara vattneffektiva genom hela värdekedjan och säkerställa att vår produktion inte leder till att skadliga ämnen släpps ut i naturen, förorenar vattenresurser eller orsakar skador på miljön. Vi ska verka för bättre vattenkvalitet, vattneffektivitet och ökad återvinning av vatten. En effektiv vatten- och kemikalieanvändning förbättrar både arbetarnas hälsa och minskar miljöpåverkan.

Genom MQ Marqets uppförandekod ställs krav på miljöskydd. Det innebär bland annat krav på att vatten hanteras

på ett sätt som respekterar miljön. Det ska finnas fungerande vattenhanterings-system med stödjande processer och policys, och arbetarna i fabriken ska vara medvetna om företagets policy samt ha kännedom om hur vattnet ska hanteras. Revisioner utvärderar hur uppförandekoden efterlevs och görs i de sömnadsfabriker som MQ Marqet anlitar.

Mycket av de vattenintensiva processerna ligger dock längre ned i kedjan i våtprocesserna såsom färgning och tvättning. Vi har därför ett viktigt arbete inför oss där vi måste börja med att kartlägga och mäta vår vattenförbrukning för att sedan kunna sätta mätbara mål. Vi ska arbeta nära våra leverantörer och ta fram ett ramverk med krav gällande vattenförbrukning, hantering av vatten, kemikalier och avfall samt utsläpp och vattenreningsverk.

### ***Denim har särskilt fokus***

MQ Marqet använder i dagsläget två denimtvätterier. De är internt reviderade och uppnår koncernens krav på vatten

och kemikaliehantering. MQ Marqets egna jeans är alla tillverkade av bomull från mer hållbara källor. Vi använder verktyget Jeanologicas system EIM, som mäter denimens påverkan på vatten, energi, kemikalier samt hälsoeffekt hos arbetaren i tvättningsprocessen. All denim är producerad med låg påverkan i EIM-systemet. Även övriga material väljs för att försöka göra hela plagget så hållbart som möjligt som exempelvis knappar av återvunnen metall.







## *Biologisk mångfald*

Biologisk mångfald är nödvändig för att upprätthålla nyckelfunktioner i våra naturliga ekosystem som stöder alla varelsers välbefinnande och försörjning. Det ger oss tillgång till rent vatten och mat och har viktiga funktioner såsom pollinering och ger motståndskraft mot klimatförändringar och naturkatastrofer. Men den biologiska mångfalden minskar i allt snabbare takt över hela världen. Djur- och växtlivet hotas av föroreningar, bekämpningsmedel, skogsavverkning, utfiskning och klimatförändringar som rubbar våra ekosystem. Enligt forskningen är vår överkonsumtion den huvudsakliga orsaken till den snabba förlusten av arter.

Modeindustrin påverkar biologisk mångfald genom hela värdekedjan, från råvaror, tyg/garnproduktion, transport och användning men råvaruproduktion är den del där vi har vår största påverkan. Vi ska därför arbeta för att förebygga och minska vår totala påverkan på biologisk mångfald och naturliga ekosystem i vår värdekedja. Vi behöver stödja skydd och

återställande av biologisk mångfald och naturliga ekosystem i linje med vetenskapen, undvika produktion som kan vara skadlig för våra ekosystem samt minska våra utsläpp av växthusgaser. Vårt mål är att verka för att den biologiska mångfalden inte skadas och istället restaureras där vårt fokus ligger på ansvarsfullt jordbruk, skogsbruk och bevarande av urskog. Med vår långsiktiga vision om att bli helt cirkulära kommer vi också att ta stora steg för att minska den negativa påverkan vi har på biologisk mångfald.





## Vad vi gör idag

### **Ansvarsfullt jordbruk**

Nästan hälften (48%) av vårt sortiment är tillverkad i bomull, det är därför en prioriterad fiber baserat på volym och miljöpåverkan. Konventionell bomullsproduktion kräver stora mängder vatten, kemikalier och landyta. Därför har MQ Marqet som mål att 100 procent av bomullen kommer från mer hållbara källor vilket avser ekologisk bomull, bomull köpt som Better Cotton samt återvunnen bomull. Men även om mer hållbar bomull är just mer hållbar har även den bästa bomullen en stor påverkan på miljön. Med den vetskapen har MQ Marqet också ett långsiktigt mål om att minska andelen bomull i sortimentet.

### **Ekologisk bomull**

Under 20/21 var 48% av bomullen för MQ Marqets egna varumärken ekologisk bomull som var certifierad enligt Textile Exchange Content standard eller GOTS, Global Organic Textile Standard. Certifieringarna säkerställer bomullens ursprung genom hela produktionskedjan. Ekologisk bomull har mindre negativ

miljöpåverkan eftersom den odlas utan syntetiska bekämpningsmedel eller konstgödsel och med mindre energi- och vattenförbrukning. Inte heller används genetiskt modifierade grödor. Vid ekologisk odling används också växelbruk, alltså att växla mellan olika grödor för att jorden inte ska utarmas. Detta gör att jorden blir mer bördig och risken för insektsangrepp minskar.

### **Better cotton**

Under 20/21 var nästan 52 procent av bomullen för MQ Marqets egna varumärken köpt genom Better Cotton Initiative. Genom initiativet stödjer vi utbildning av bomullsbönder i hållbara produktionsmetoder där bomullsodlare ökar den biologiska mångfalden och använder marken på ett ansvarsfullt sätt. Odlingsmetoden består av sju principer där två av dessa fokuserar på biologisk mångfald. Dels att begränsa användningen av farliga bekämpningsmedel och istället använda bekämpningsmedel som härrör från ingredienser som finns i naturen. Men också

att anta en handlingsplan för biologisk mångfald som bevarar och förbättrar biologisk mångfald på, och i omgivningen av deras gård. Detta inkluderar att identifiera och kartlägga resurser för biologisk mångfald, identifiera och återställa förstörda områden, öka befolkningen av nyttiga insekter och skydda flodområden (området mellan land och en flod eller bäck). Kartläggning hjälper bönderna att bättre förstå vilka djur-, vegetabiliska och mikrobiella arter som finns på och runt deras gårdar. Initiativet stöder jordbrukare att förstå skadedjurshantering som gör att de kan hantera skadedjur naturligt vilket minskar deras beroende av kemiska bekämpningsmedel.





### **Ansvarsfullt skogsbruk**

Vi använder stora mängder råvara från skogen, dels i transportkartonger, påsar men även i textilier. Varje år avverkas miljontals träd runt om i världen som har även en viktig kollageringsfunktion och många av dessa träd kommer från skogar med en rik biologisk mångfald. För att minska den negativa påverkan och bidra till ett mer hållbart skogsbruk har MQ Marqet ett åtagande tillsammans med Canopy om att skydda våra skogar genom våra val av papper, förpackningar och tyger.

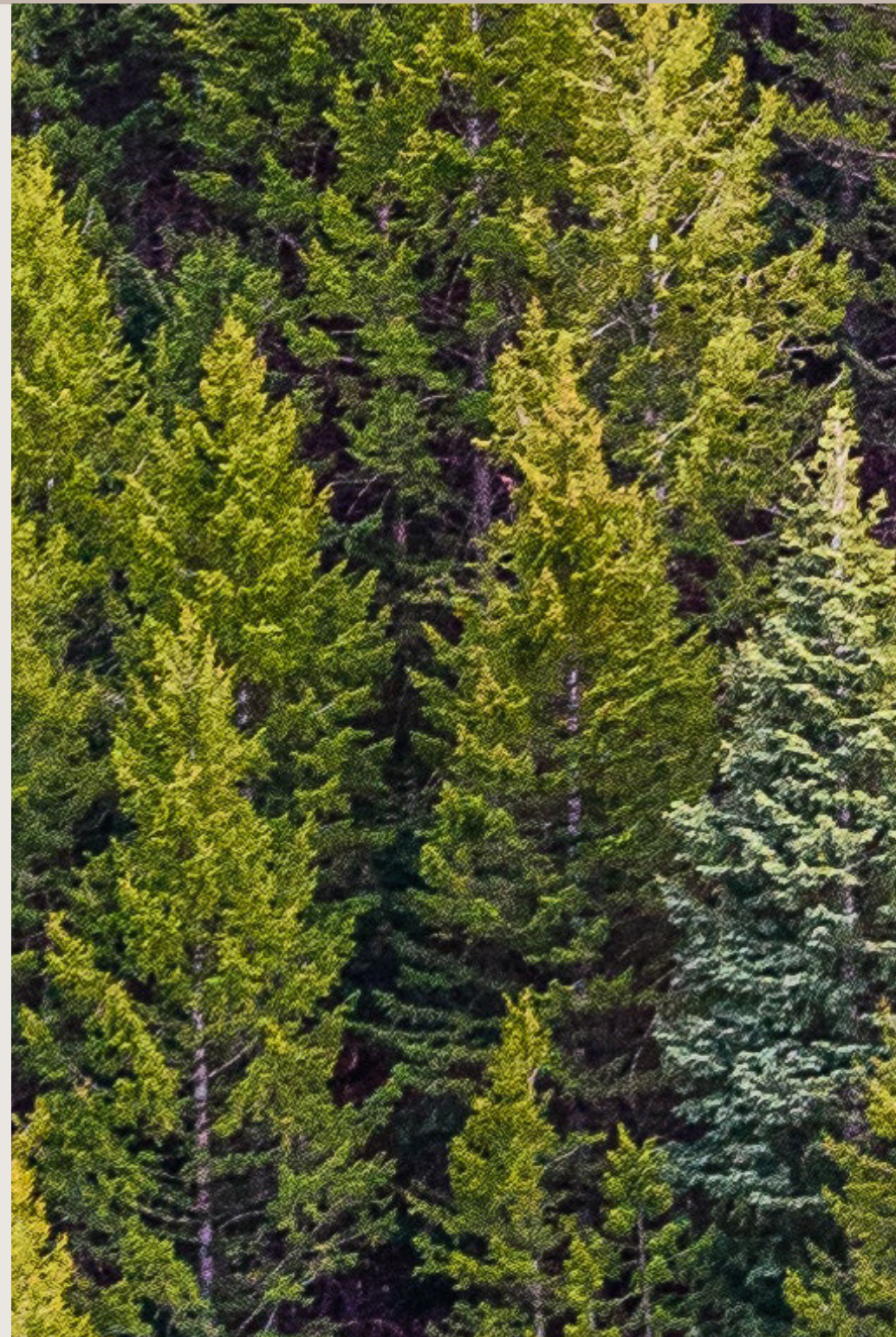
Läs mer här. (<https://www.marqetstores.se/globalassets/content-startsida/dokument/mq-marqet-canopystyle-paperpackagingpolicy.pdf/>)

MQ Marqets mål är att försäkra oss om att våra cellulosabaserade material inte kommer från urskog eller utrotningshotade skogar. Därför kommer vi att

främja användningen av material som kommer från FSC-certifierade plantager eller FSC-certifierade skogar men också öka andelen återvunnet material i våra cellulosabaserade produkter för att minska jungfrulig råvara. Läs mer om våra framsteg på sida 6.

### **Canopy**

Grunden för Canopys arbete är att bevara skogens ekosystem. Canopy samarbetar med mer än 800 företag för att utveckla lösningar och göra försörjningen av cellulosabaserade material mer hållbar. Genom initiativen CanopyStyle och Pack4Good som riktas till modeindustrin ska råvara till tyger och förpackningsmaterial från gamla och utrotningshotade skogar elimineras.





## Rättvisa och jämlikhet

Varje del av vår verksamhet är beroende av människor och det är vårt ansvar att säkerställa att grundläggande mänskliga rättigheter respekteras i hela vår värdekedja. Det är inte bara ett etiskt krav utan också en förväntan från konsumenterna.

I flera av de länder där våra produkter tillverkas saknas tillräcklig nationell lagstiftning eller kontroll av att lagar följs inom miljö, mänskliga rättigheter och arbetsrätt. Majoriteten av den egna produktionen tillverkas i områden som amfori BSCI klassificerar som riskländer. Det är därför viktigt att vi ser till att arbetare nås av den lagstiftning som finns samt ta vid där skyddet slutar. För både oss och leverantörerna kan säkra och respektfulla arbetsmiljöer ge ekonomiska fördelar: högre produktivitet, färre sjukdagar, färre fel och kortare ledtider. Det är också en nyckelfaktor i att attrahera och behålla anställda. Då två tredjedelar av den globala produktionen sker av kvinnor är jämlikhet också en viktig fråga i vår industri. Tyvärr är arbetsmiljöerna

ofta utformade av män, för män. Därför är jämställdhet och att stärka kvinnor i leverantörsledet en prioriterad fråga. Ett annat fokus är levnadslöner – en komplex utmaning. Lönenivåerna i produktionsländerna ökar, men inte tillräckligt fort och minimilöner når inte alltid upp till den levnadslön som behövs för att täcka arbetarnas basbehov.

Långsiktiga relationer och nära partnerskap med leverantörerna bidrar till ökad öppenhet. MQ Marqet har produktionskontor och samarbetspartners i Kina, Bangladesh och Turkiet. Närvaro av personal i produktionsländerna underlättar såväl kontroll som utvecklingsarbete. Inköpsavtal undertecknas av den leverantör som levererar till koncernen, men avtalet innefattar även krav på att leverantörer ska kontrollera sina underleverantörer. MQ Marqet accepterar inte obehörig tillverkning och relationerna med leverantörerna bygger på full insyn av var och hur produkterna tillverkas. För externa varumärken kontrollerar MQ Marqet att varumärkesleverantören har egna rutiner

och processer på plats motsvarande MQ Marqets definierade kravbild.

Vårt mål är total överensstämmelse med MQ Marqets uppförandekod och våra värderingar. Vi ska respektera de mänskliga rättigheterna i hela vår leveranskedja och verksamhet. Vi ska förbättra arbetsförhållandena, investera i kompetensuppbyggnad och främja hälsa, säkerhet, ekonomisk integration, mångfald och jämställdhet. Vi ska dokumentera och kommunicera vårt arbete och visa att vi är en del av modebranschen som ger rättvisa jobb och likabehandling för alla.

### *Säkerställa ansvarsfull produktion gällande arbetsvillkor och mänskliga rättigheter*

- Alla fabriker som tillverkar våra plagg ska vara godkända utifrån sociala villkor.
- Kapacitetsbyggande och kompetenshöjande program ska finnas på plats hos alla strategiska leverantörer.
- Verka för levnadslöner genom amfori BSCI.
- Verka för jämlikhet genom women empowerment projects via amfori BSCI.





### **Produktion**

MQ Marqet äger inga fabriker. Alla våra produkter, egna varumärken och externa varumärken tillverkas av olika utvalda leverantörer. Hur tillverkningen bedrivs och hur de människor som arbetar med tillverkningen har det är för MQ Marqet viktiga frågor. Oavsett var produktionen förläggs arbetar vi för att säkerställa en god arbetsmiljö, goda arbetsvillkor och sociala förhållanden för de människor som tillverkar produkterna.

### **Produktion egna varumärken**

MQ Marqets egna varumärken tillverkas av utvalda leverantörer i Europa och Asien. Vi vill ha långsiktiga samarbeten med alla leverantörer eftersom vi vet att det är avgörande för att kunna bidra till förbättrade arbetsvillkor i leverantörsledet. Det har även stor betydelse för lönsamhet och kvalitet. Med egna inköpskontor

med anställd personal i Shanghai, Kina, och samarbetspartner med kontor i Bangladesh samt egen lokal representation i Turkiet har vi direktkontakt på plats med leverantörerna. På så vis utvecklar vi samarbete och partnerskap och möjliggör ett transparent arbetssätt. 2021 produceras MQ:s egna varumärken hos 52 leverantörer i totalt 65 fabriker.

Lista på våra leverantörer hittar du här ([marqetstores.se/globalassets/content-startsida/dokument/mq-marqet-leverantorslista-2020-10-28.pdf/](https://marqetstores.se/globalassets/content-startsida/dokument/mq-marqet-leverantorslista-2020-10-28.pdf/))

### **Produktion externa varumärken**

För alla externa varumärken ställs via avtal samma krav på ansvarsfull produktion som på MQ Marqets egna varumärken. När nya varumärken tas in görs en riskanalys utifrån ställda krav. MQ Marqet kräver att alla varumärkesleverantörer

## *16 externa varumärken*

Björn Borg  
Edblad  
Elvine  
Happy Socks  
InWear  
J.Lindeberg  
Lee  
Les Deux  
Lyle & Scott

Mads Norgaard  
NN07  
Replay  
Röhnisch  
Second Female  
Stylein  
Washologi



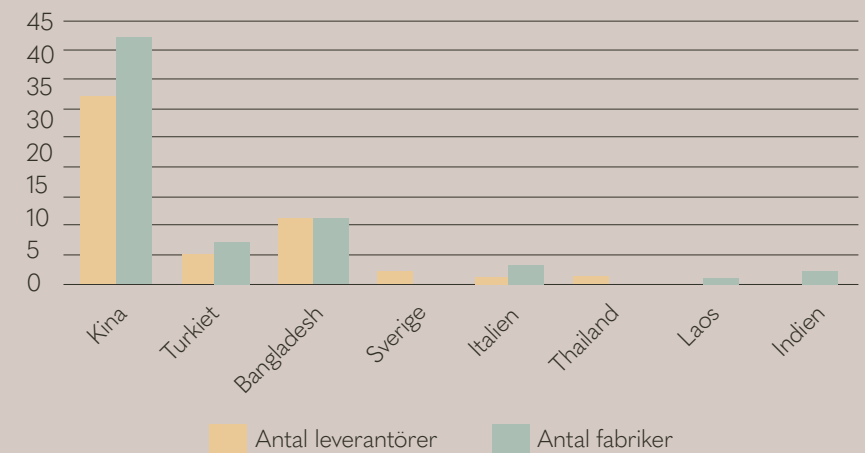
har en uppförandekod som bygger på ILO:s kärnkonventioner för arbetsrätt, FN:s deklaration om mänskliga rättigheter samt FN:s barnkonvention. MQ Marqet kräver även att leverantören har en implementerings- och kontrollprocess för att säkerställa att uppförandekoden följs. Om vi identifierar avvikelser mot kraven upprättar vi åtgärdsplan tillsammans med varumärkesleverantören. Hos MQ Marqet finns vid årsslut 16 st externa varumärken.

#### **Inköpsavtal**

All produktion omfattas av de krav som MQ Marqet ställer på ansvarsfull produktion och vårt inköpsavtal är en förutsättning för att göra affärer som alla leverantörer och externa varumärken måste uppfylla. Avtalet innefattar MQSI (MQ Marqet Supplier Instructions) som anger krav på miljö, sociala normer, arbetsför-

hållanden etc. Avtalet är undertecknat av leverantören, dvs. den som levererar till MQ Marqet och som vi har affärstransaktioner med men avtalet innehåller också krav på att leverantörer ska kontrollera sina underleverantörer. MQ Marqet accepterar inte obehöriga underleverantörer och våra relationer med leverantörer bygger på full insyn i var och hur produkterna tillverkas.

**Leverantörer och fabriker per land**





### **Gemensam uppförandekod för bättre arbetsvillkor**

Sedan 2020 är MQ Marqet medlem i amfori, som är en ledande global näringslivsorganisation med över 2 400 medlemsföretag världen över. Organisationens mål är en öppen och hållbar global handel. Genom medlemskapet förbinder sig MQ Marqet att följa en gemensam uppförandekod och arbeta kontinuerligt för att sprida och implementera den hos våra leverantörer. Att samarbeta i större och globala initiativ som amfori skapar både ökat engagemang och högre effektivitet hos leverantörerna och man minskar risken för så kallad "audit fatigue" i leverantörsledet. Koden baseras på FN:s deklaration om mänskliga rättigheter, barnkonventionen, OECD:s riktlinjer, FN:s Global Compact och ILO:s (the International Labour Organisation) konventioner. Innan vi inleder samarbete med en ny leverantör görs alltid en revision för att säkerställa att fabriken lever upp till kraven i uppförandekoden. Vi är medvetna om att det finns risk för överträdelser gentemot uppförandekoden och

därför arbetar vi aktivt för att säkerställa att koden efterföljs. Detta sker genom att vi bygger långsiktiga relationer med våra leverantörer, men även genom att revisioner genomförs, såväl externa som interna, samt uppföljning. MQ Marqets mål är att i alla delar uppnå en ansvarsfull produktion som uppfyller uppförandekoden och där vi ser hur leverantörerna gör kontinuerliga framsteg. Majoriteten av MQ Marqets varor produceras i utvecklingsländer. Av amfori klassas flera av dessa länder som så kallade riskländer, varför MQ Marqets medlemskap i amfori och det systematiska arbete det innebär är värdefullt.

### **MQ Marqet Critical violation policy**

MQ Marqet accepterar inga kränkningar av mänskliga rättigheter. I vår Critical violation policy ingår speciellt kritiska frågor som ligger till grund för beslut att inleda nya samarbeten eller avsluta befintliga. Policyn innebär också en systematik i hur vi hanterar eventuella avvikelser i syfte att åstadkomma förbättring. Utifrån det är det ytterst ovanligt att samarbete med

leverantörer avslutas på grund av att en avvikelse skett mot uppförandekoden. Om en avvikelse inträffar undersöks alltid orsaken skyndsamt och vi tar tillsammans med leverantören fram en åtgärdsplan. Det förbättringsarbete som därefter sker följs upp mycket noga. För att uppnå förbättrade arbetsvillkor hos leverantörer i utvecklingsländer krävs långsiktighet, tålamod och engagemang. Vi är medvetna om att allt inte kan förändras omedelbart, men vi vill se ständiga förbättringar. Med långsiktiga relationer strävar vi efter att skapa ett öppet och ärligt samarbete med våra leverantörer som möjliggör aktivt stöd och möjlighet för oss att bidra och utbilda på plats i fabrik.

## ***Krav i uppförandekoden***

- Rätt till föreningsfrihet och kollektiv förhandling
- Rättvis ersättning
- Hälsa och säkerhetsfrågor ska beaktas på arbetsplatsen
- Förbud mot barnarbete samt särskilt skydd för unga arbetare
- Förbud mot tvångsarbete
- Etiskt affärsuppförande
- Förbud mot diskriminering
- Anständiga arbetstider
- Ingen osäker anställning
- Miljöskydd



### Accepterar inte barnarbete

MQ Marqet accepterar inte barnarbete. Detta finns inskrivet i uppförandekoden och alla leverantörer måste jobba förebyggande och ha åtgärdsplaner. Om barnarbete skulle upptäckas finns en intern åtgärdsplan utformad enligt Rädda Barnens riktlinjer och i samarbete med CCR CSR (Center for child rights and corporate social responsibility). Även via medlemskapet i amfori BSCI finns åtgärdsplan vid barnarbete. Om barnarbete identifieras genom extern revision rapporteras detta till MQ Marqet och samtliga andra medlemmar som är kopplade till produktionsenheten. Koncernens medarbetare har ansvar att rapportera om de misstänker att ett minderårigt barn finns på en produktionsenhet. Inga fall av barnarbete har identifierats under 2020/2021.

### Accepterar inte tvångsarbete

Det är viktigt att arbetarna får kontinuerlig lön för utfört arbete, att de har rätt att ta ut semester och kan avsluta sin anställning med lön för utfört arbete. MQ Marqet är medveten om risken för tvångsarbete. Risken är störst längst bak i leverantörskedjan och MQ Marqet har identifierat områden, där risken är så påtaglig att inköp inte kan göras därifrån.

Utifrån det har MQ Marqet en policy som förbjuder användning av bomull från Uzbekistan på grund av risk för såväl tvångsarbete som barnarbete. Under året identifierades även Xinjiang-provinsen i Kina som ett riskområde för tvångsarbete inom bomullsproduktion. Vi accepterar därför inga produkter från provinsen. Skulle vi hitta kopplingar till produktion i Xinjiang kommer vi att styra om dessa inköp. Vi använder oss av enbart ekologisk bomull eller bomull som är köpt genom BCI (Better cotton initiative). Dessa standarder har strikta kriterier och inget barnarbete eller tvångsarbete får förekomma.

### Föreningsfrihet och kollektivavtal

Organisationsfrihet är en del av MQ Marqets uppförandekod och MQ Marqet är medvetna om att det är en utmaning i flera av produktionsländerna. Genom amfori BSCI:s uppförandekod och revisioner arbetar bolaget för att inga arbetare hindras från att organisera sig fackligt. I många fabriker finns även arbetarkommittéer och vid revisioner kontrolleras det om dessa är uppsatta enligt gällande lagar och att medlemmarna har valts av arbetarna. MQ Marqet uppmuntrar sina leverantörer att delta i amfori BSCI:s utbildningar inom området.

## amfori BSCI Code of Conduct

Our enterprise agrees to respect the following labour principles set out in the amfori BSCI Code of Conduct.

### amfori BSCI Principles



#### The Rights of Freedom of Association and Collective Bargaining

Our enterprise respects the right of workers to form unions or other kinds of workers' associations and to engage in collective bargaining.



#### Fair remuneration

Our enterprise respects the right of workers to receive fair remuneration.



#### Occupational health and safety

Our enterprise ensures a healthy and safe working environment, assessing risk and taking all necessary measures to eliminate or reduce it.



#### Special protection for young workers

Our enterprise provides special protection to any workers that are not yet adults.



#### No bonded labour

Our enterprise does not engage in any form of forced servitude, trafficked or non-voluntary labour.



#### Ethical business behaviour

Our enterprise does not tolerate any acts of corruption, extortion, embezzlement or bribery.



#### No discrimination

Our enterprise provides equal opportunities and does not discriminate against workers.



#### Decent working hours

Our enterprise observes the law regarding hours of work.



#### No child labour

Our enterprise does not hire any worker below the legal minimum age.



#### No precarious employment

Our enterprise hires workers on the basis of documented contracts according to the law.



#### Protection of the environment

Our enterprise takes the necessary measures to avoid environmental degradation.

### amfori BSCI Approach





### **Levnadslön**

Lönenivåerna i produktionsländerna ökar, men inte tillräckligt fort. Levnadslöner är en av de mest komplexa utmaningarna i Asien. Lönefrågan är knuten till utmaningarna kring social dialog och facklig verksamhet. Genom samarbetet med amfori BSCI arbetar MQ Marqet med att säkerställa rätten till föreningsfrihet för arbetarna. För att få fungerande fackföreningar krävs en långsiktig och hållbar implementering. Regering, arbetsgivare och arbetstagare i respektive land behöver säkerställa en process som bygger på kollektiv förhandling. Bangladesh är det leverantörsland där gapet mellan verklig lön och levnadslön är störst. Därför har MQ Marqet valt att i första hand fokusera arbetet kring levnadslön till Bangladesh. MQ Marqet har tidigare tillsammans med amfori BSCI, arrangerat utbildningar och workshop kring levnadslöner hos anlitade fabriker i Bangladesh i syfte att höja kunskapen hos arbetsgivare och arbetstagare. MQ Marqet kommer att börja samla in och rapportera löner under nästa räkenskapsår.

Enligt vår uppförandekod och lokal lagstiftning är våra leverantörer skyldiga att betala åtminstone landets lagstadgade minimilön till sina anställda. Men minimilönen räcker sällan för att täcka en arbetares grundläggande behov. En utmaning

när minimilönerna höjs i Bangladesh är att priserna på hyra och mat också höjs vilket betyder att det i slutänden inte blir mer över i plånboken för arbetaren ändå. För att tackla den utmaningen har vi en leverantör som på eget initiativ startat en så kallad fair shop, där leverantören köper in varor såsom mat, toalett- och hushållsartiklar som arbetaren kan köpa till grossistpris. Butiken hjälper då att minska arbetstagarnas månadsutgifter och skydda dem från den ekonomiska inflationen. Detta är ett koncept som fler leverantörer i Bangladesh har inspirerats av och tagit efter.

### **Kompetensutveckling inom Amfori**

Amfori erbjuder ett omfattande kompetensutvecklingsprogram för att öka medvetenheten om företags sociala ansvar för goda arbetsförhållanden. Dessa utbildningar arbetar MQ Marqet aktivt med för att öka kompetensnivån hos leverantörer och anställda och åstadkomma hållbara förbättringar av arbetsvillkoren. Samtliga utbildningar erbjuds utan kostnad och insatsernas fokus och innehåll anpassas till prioriterade frågor och identifierade utmaningar. Exempel på utbildningar är inköpsmetoder, löner och ersättning, klagomålsmekanism, hälsa och säkerhet och arbetstider. Under förra året avslutades ett projekt gällande women empowerment-projekt kallat Shobola-projektet.

### **Jämlikhet – Shobola project i Bangladesh**

Kvinnor och flickor representerar hälften av världens befolkning och därför också hälften av världens potential. Jämställdhet är, förutom att vara en grundläggande mänsklig rättighet, avgörande för att uppnå fredliga samhällen med full potential och hållbar utveckling. Det har dessutom visat sig att ge högre befogenheter för kvinnor främjar produktivitet och ekonomisk tillväxt. En av våra leverantörer, DBL, i Bangladesh har arbetat med frågan i flera år och kontinuerligt utbildat kvinnliga fabriksarbetare till olika chefspositioner för en ökad jämställdhet. DBL gick 2019 in i ett projekt tillsammans med amfori BSCI för att hjälpa till att utbilda fler fabriksarbetare i Bangladesh, bland annat hos en av våra andra leverantörer i Bangladesh, Tosrifa.

Projektets syfte är att stärka kvinnor som arbetar i textilindustrin i Bangladesh och lyfta fram de affärsmässiga fördelarna gällande fler kvinnliga chefer och mellanchefer. Som exempelvis ökad medvetenhet om och förståelse för jämställdhet mellan arbetare och därmed också mindre arbetsplatskonflikter. Med en högre befattning för dessa kvinnor får dem också högre löner och ger då även en mer jämställd lönenivå mellan kvinnor och män. Och kvinnor som får

lön vet vi investerar i deras familjer och i samhället. Shobola projektet avslutades i juni 2021 och Tosrifa är mycket nöjd med projektet. De har efter projektet befordrat 5 kvinnliga arbetare till "supervisors" och har ytterligare 45 kvinnor i kö för tillsynsbefattningar.

### **Nytt internationellt avtal för arbetssäkerhet i Bangladesh**

Under slutet av detta räkenskapsår skrev MQ Marqet under det nya säkerhetsavtalet i Bangladesh. Det är ett juridiskt bindande avtal för säkerheten på arbetsplatser i Bangladesh. Varumärken och globala fackföreningar har förhandlat fram ett nytt avtal från det tidigare brand- och byggsäkerhetsavtalet i Bangladesh. Det nya internationella avtalet för hälsa och säkerhet inom textil- och plagindustri är ett robust avtal som främjar de grundläggande elementen som gjorde det förra avtalet framgångsrikt och utforskar utvidgningen av dess standarder till andra länder. Åtagandet omfattar 100% av våra aktiva leverantörer i Bangladesh. För samtliga fabriker kommer det att genomföras regelbundna inspektioner. Inspektörer tar fram rapporter och korrigeringsåtgärder för reparationer, som vi åtar oss att övervaka och sedan informera Accord/RSC-sekretariatet när de har slutförts. Nya avtalet blev gällande 1 september 2021 och hittills har 126 varumärken skrivit under avtalet.



### Revision

MQ Marqet reviderar samtliga första-  
sleverantörer, främst sömnadsfabriker,  
som anlitas för att producera MQ Mar-  
qets egna varumärkeskollektioner. Undan  
för undan utvidgas dessa revisioner nu till  
att omfatta även underleverantörer som  
tvätterier. Revideringar görs antingen av  
externa ackrediterade revisionsföretag  
av MQ Marqet eller genom granskning  
av andra godkända revisionsrapporter.  
Vid revision utvärderas hur väl fabriken  
lever upp till kraven i uppförandekoden.  
Fabriken utvärderas inom 13 områden  
där varje område bedöms utifrån en  
skala från A–E, eller enligt amforis Zero  
Tolerance. Zero Tolerance innebär att  
omedelbara åtgärder måste vidtas av alla  
berörda medlemmar.

### Nivå A

Utmärkt, fabriken har inte några eller  
endast mindre avvikelser från koden.  
Alla nivå A-leverantörer uppmuntras att  
gå vidare med en SA8000-certifiering  
vilket är en global standard för certifie-  
ring av socialt ansvar och förbättrade  
arbetsvillkor. Inget behov för en uppfölj-  
ningsrevision.

### Nivå B

Bra, fabriken har endast mindre avvikel-  
ser från koden och inga avvikelser på  
kritiska frågor. Fabriken har en högre  
mognadsgrad och kan själva driva sin  
förbättringsprocess. Inget behov för en  
uppföljningsrevision.

### Nivå C

Acceptabelt, fabriken har inga avvikelser  
på kritiska frågor och uppfyller minst  
hälften av alla granskningskraven.

### Nivå D

Otillräckligt, fabriken har en eller flera  
avvikelser på kritiska frågor och uppfyller  
mindre än hälften av granskningskraven.

### Nivå E

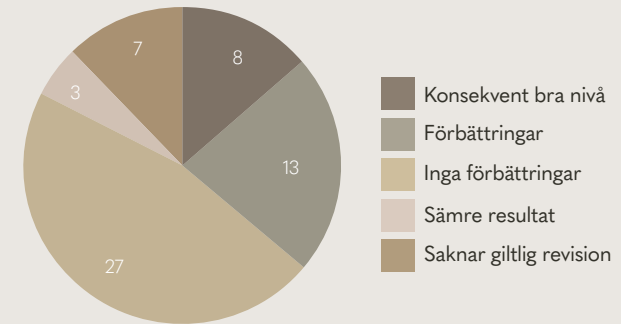
Ej acceptabelt, fabriken har kritiska avvi-  
kelser mot koden som kräver omedelbar  
uppföljning och åtgärder.

Fabriker på nivå C–E behöver större stöd  
i förbättringsprocessen och är ålagda att  
utveckla en åtgärdsplan senast 60 dagar  
efter revision samt att genomföra en  
uppföljningsrevision senast inom ett år.

### SMETA

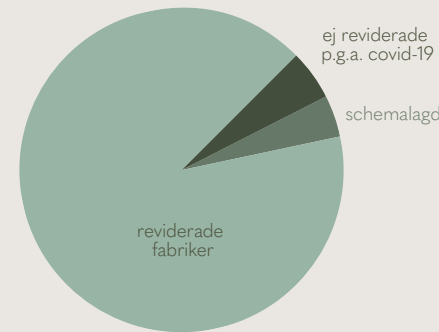
Revision från medlemsorganisation  
Sedex, en onlineplattform för företag att  
hantera och förbättra arbetsförhållande-  
na i globala leveranskedjor.

### Förbättringar vid revision



Vi har under 20/21 åtta fabriker som ligger på en  
konsekvent bra nivå. Vi har 13 fabriker som har gjort  
förbättringar som resulterat i en högre nivå. Vi har 27  
fabriker som ligger på samma nivå. Vi har 3 fabriker  
som har sämre resultat än innan. 7 av våra leverantörer  
saknar giltig revision.

### Reviderade fabriker



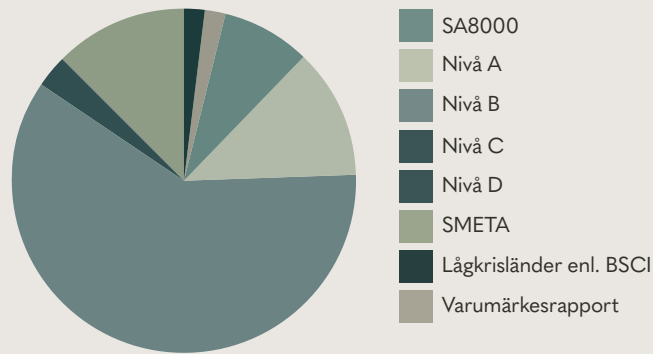
91% av de fabriker som levererar till MQ var 20/21  
reviderade enligt BSCI eller SMETA

Hos 4% av våra fabriker kan vi ännu inte boka in  
en ny revision då dessa fabriker befinner sig i  
områden som fortsatt är under nedstängning

5% har en schemalagd revision på gång under  
hösten 2021, att det blivit ett glapp mellan ogiltig  
revision och ny revision är pga. pandemin.



### Revisionsresultat



MQ Marqet anlitar idag 1 fabrik som är SA8000-certifierad.  
Av MQ Marqets BSCI-reviderade fabriker är:

- fem fabriker nivå A.
- åtta fabriker nivå B.
- 39 fabriker nivå C.
- två fabriker nivå D.
- Inga fabriker nivå E.

Två fabriker ligger i lågriskland och har inte reviderats.  
En fabrik har endast reviderats genom ett annat varumärkes revisionsrapport.

### MQ Marqets revisionsresultat

Störst utmaningar för MQ Marqet leverantörer finns inom områdena ledningssystem, arbetarnas engagemang och skydd, övertid samt hälsa och säkerhet på arbetsplatsen. Vid avvikelser från kraven i uppförandekoden undersöks alltid den grundläggande orsaken till varför leverantören brutit mot koden, därefter upprättas en åtgärdsplan tillsammans. Om leverantören inte visar samarbetsvilja eller upprepade gånger avviker från koden kan samarbetet avslutas. Diagrammet visar det samlade resultatet för de BSCI-reviderade fabriker som MQ-kon-

cernen anlitar. Revideringen har gjorts utifrån uppförandekodens 13 områden nedan i enlighet med amfori BSCI:s bedömningsskala.

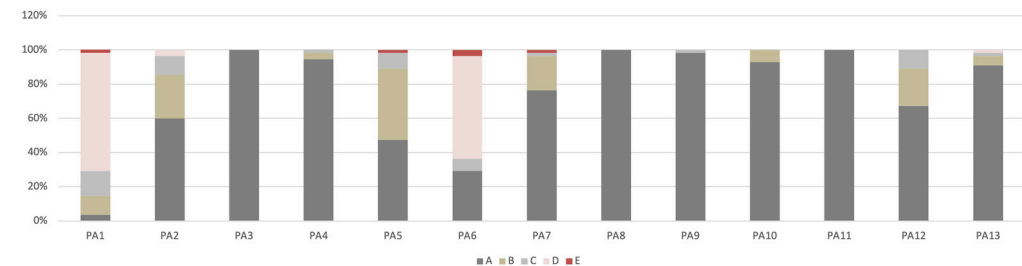
### Covid-19

På grund av pandemin har vi ett antal fabriker som inte har kunnat revideras under det gångna året. Det har varit fabriker som ligger i områden som varit nedstängda eller där det har varit större utbrott av pandemin. Vi håller kontinuerlig kontakt med dessa fabriker och kommer när möjlighet finns att boka nya revisioner för dessa fabriker.

### Uppförandekodens 13 områden

- 1: Socialt Management System och kaskadeffekt
- 2: Arbetstagares engagemang och skydd
- 3: Rätt till föreningsfrihet och kollektivförhandlingar
- 4: Ingen diskriminering
- 5: Rättvis ersättning
- 6: Reglerad arbetstid
- 7: Säker arbetsmiljö
- 8: Inget barnarbete
- 9: Särskilt skydd för unga arbetare
- 10: Anställningskontrakt
- 11: Inget tvångsarbete
- 12: Miljöskydd
- 13: Etiskt affärssuppförande

### Uppföljning per område i Uppförandekoden





### **Inköpsmetoder**

Hur vi i MQ Marqet lägger upp vårt arbete har stor inverkan på hur arbetet hos våra producenter ser ut. Det gäller exempelvis arbetstider, övertid, kostnader, förseningar och arbetarnas ersättning. Därför prioriterar vi en tydlig inköpsprocess för att bidra till ett effektivare och bättre flöde i fabrikena. Inför varje säsong planerar vi produktionen tillsammans med leverantörerna utifrån ett ledtidschema för att undvika produktionsförseningar som kan leda till onödiga transporter och flygfrakter.

### **Inköpskontor**

Med egna inköpskontor i Shanghai, Kina, samarbetspartner med kontor i Bangladesh samt egen lokal representation i Turkiet har MQ Marqet direktkontakt med leverantörerna på de viktigaste inköpsmarknaderna. MQ Marqet vill ha långsiktiga leverantörsrelationer eftersom dessa är avgörande för att förbättra arbetsvillkor hos producenterna och för lönsamhet och kvalitet. Ansvarsfullt mode innebär ansvarsfull produktion

hela vägen från framställning av material till färdig produkt i butik. MQ Marqets inköpskontor har en nyckelroll för att genom direktkontakt bygga samarbeten och partnerskap, där ett transparent arbetssätt utgör grunden.

### **Leverantörsutvärdering**

Två gånger årligen gör vi i MQ Marqet en utvärdering av alla leverantörer. Det sker strukturerat tillsammans med inköpsorganisation, ansvariga för hållbarhetsarbetet samt inköpskontoren. På så vis upprätthålls en god kunskap om varje leverantör samt deras förbättrings- och utvecklingsmöjligheter. Utvärderingen sker ur ett helhetsperspektiv inom sex områden; produktkvalitet, leveransprecision, efterlevnad av uppförandekod, produktion, hållbarhet och pris. Utifrån detta har MQ Marqet identifierat ett mindre antal strategiska leverantörer. Ambitionen är att med dessa skapa ett ökat och bättre samarbete och bygga långsiktigt hållbara relationer.





# Vår personal

## Våra värderingar

MQ Marqets värderingar togs fram vid workshops 2018 med bolagets mellan- chefer, men har sedan blivit vilande. Under året har arbetet påbörjats med att definiera vilka beteenden som kän- netecknar värderingarna och hur vi använder värderingarna i vårt dagliga arbete. Workshops har genomförts med butikshefer och HK där beskrivningar av värderingarna har tagits fram och som alla medarbetare fick möjlighet att tycka till om innan de beslutades.

Våra värderingar beskriver hur vi är när vi är som bäst. Genom att leva våra vär- deringar ger vi oss själva förutsättningar att leverera i vår affär. Medarbetare och chefer ska förmedla och sälja utifrån vårt varumärke genom att leva våra värdering- ar. Värderingarna kommer framåt att vara den röda tråden i våra styrande doku- ment och ligga till grund för uppföljning och utveckling av våra medarbetare och ledare.

## Jämlikhet och mångfald

På MQ Marqet ska alla medarbetare behandlas jämlikt, med respekt och ha lika rättigheter och möjligheter i arbetet. Vi vill erbjuda en god och inspirerande

arbetsmiljö och vi ser det som avgörande att vara en arbetsplats som främjar och tar tillvara på mångfald för att utveckla vår affär.

## Antikorruption

På MQ Marqet tar vi ansvar både för vår egen verksamhet och för relationer med omvärlden. Ansvarsfullt företagande som inger förtroende skapar värde för både kunder och medarbetare och möjliggör en god affär för bolaget. Varje medar- betare ska självklart respektera och följa lagar, avtal och andra bestämmelser samt bolagets värderingar, policys och riktlin- jer. Dessa sätter ramarna för vår verk- samhet. Alla våra leverantörer skriver un- der en uppförandekod där antikorruption ingår samt är etiskt affärsuppförande, där korruption ingår, en del av leverantörs- revisionen. Våra anställda kommer att skriva under den uppdaterade etik- policyn där antikorruption ingår.

# Våra värderingar

MQ Marqets värderingar ligger till grund för hur vi agerar på jobbet. När vi lever våra värderingar skapar vi förutsättningar för att medarbetare trivs och utvecklas, en bra kundupplevelse och en lönsam affär.

## Tillsammans är vi personliga

Vi är personliga genom att vara äkta och lyhörda.

Hos oss på MQ Marqet betyder detta att vi:

- Är engagerade i människor och våra arbetsuppgifter
- Är ärliga, öppna och genuina
- Lyssnar och bygger relationer

## Tillsammans är vi hållbara

Vi tar ansvar och bygger en hållbar affär.

Hos oss på MQ Marqet betyder detta att vi:

- Är pålitliga och bygger förtroende genom det vi säger och gör
- Tänker långsiktigt och kvalitativt när vi tar beslut
- Respekterar varandra och värnar om våra kunder och vår omvärld

## Tillsammans är vi modiga

Vi visar mod och utmanar oss för att utvecklas och nå framgång

Hos oss på MQ Marqet betyder detta att vi:

- Kliver ur vår trygga zon och jobbar för ständiga förbättringar
- Uppmuntrar varandra till utveckling och nytänkande
- Lyfter varandra genom konstruktiv och ärlig feedback

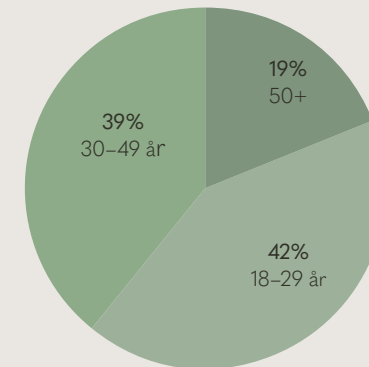
### Hälsa och säkerhet

En viktig förutsättning när vi jobbar för att nå vår vision – att bli Sveriges största konceptbutikskedja med mode för ett arbetsliv i förändring – är att våra medarbetare trivs på jobbet och mår bra. För att uppnå det arbetar vi med förebyggande åtgärder för en god arbetsmiljö. Inom MQ Marqet representeras god arbetsmiljö av medarbetare som känner sig trygga, är delaktiga i verksamhetens mål och det dagliga arbetet, får utrymme för individuell utveckling och mår bra. Under året har arbetsplatsrepresentanter för butikscheferna utsetts och regelbundna dialogforum med arbetstagarorganisationerna inrättats. På så sätt har medarbetarnas delaktighet och påverkansmöjlighet stärkts och vi har fått förutsättningarna att ta mer välgrundade beslut i frågor som rör medarbetarna. Säkerhetsarbetet på MQ Marqet ska skydda våra medarbetare och verksamheten mot oönskade incidenter och förebygga oegentligheter. I alla beslut går säkerheten för MQ Marqets medarbetare och kunder alltid först.

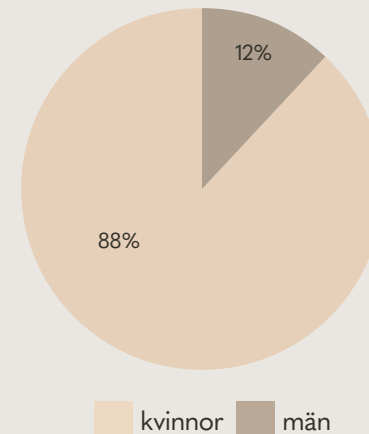
### Kartläggning – lön, ålder och sjukfrånvaro

Vid lönekartläggningen som gjordes i mars 2021 hade bolaget 599 medarbetare. Diagrammen nedan visar könsfördelning samt löneandel för kvinnor och män. Som tabellen visar var vid denna tidpunkt 88% av de anställda kvinnor och kvinnor hade också 88% av löneandelen, medan männen stod för 12%. Sista augusti 2021 hade bolaget totalt 594 medarbetare varav närmare 85% av dessa är tillsvidareanställda. Cirka 75% är deltidsanställda. Flest, närmare 90%, arbetar i butik. Åldersfördelningen ser ut enligt nedan. Sjukfrånvaron uppgick till 4,8%. Personalomsättning bland tillsvidareanställda i butik 41%. Personalomsättning bland tillsvidareanställda på HK 23,7%. Personalomsättningen kan till viss del förklaras av att vi under året behövt se över organisationen och bemanningen med anledning av pandemin.

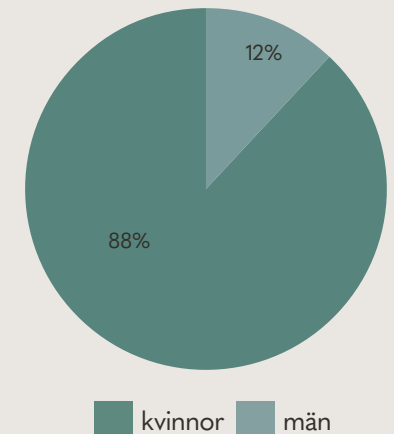
Åldersfördelning



Könsfördelning



Lönefördelning



## *Samarbeten*

För att kunna driva hållbar utveckling inom modeindustrin krävs ökad samverkan mellan en mängd olika aktörer, till exempel inom frågor som rör hållbar konsumtion och produktion. Inom hållbarhetsområdet finns många och breda samarbeten, även oväntade, mellan konkurrerande företag och mellan företag och intresseorganisationer. Dessa samarbeten har växt fram ur en vilja att tillsammans lösa de ofta komplexa frågor som branschen brottas med. MQ Marqet stödjer helhjärtat detta förhållningssätt utifrån insikten att samarbete krävs för att åstadkomma förändring.

### **Amfori**

MQ Marqet är medlem i Amfori som är ett affärsdrivet initiativ med syfte att förbättra arbetsvillkoren i den globala leverantörskedjan. Amfori sammanför över 2 400 medlemmar och stödjer deras arbete med att skapa en etisk leverantörskedja. Grunden är en gemensam uppförandekod som samtliga medlemmar har åtagit sig att följa och implementera i sin leverantörskedja.

Läs mer på <http://www.amfori.org/content/amfori-bsci>

### **Better Cotton Initiative**

Vi arbetar tillsammans med organisationen Better Cotton Initiative (BCI) för att skapa hållbara lösningar för den traditionella bomullsektorn. Tillsammans utbildar BCI och medlemsföretagen bomullsbönder till att använda mer miljövänliga, socialt och ekonomiskt hållbara produktionsmetoder. BCI upphandlas genom ett massbalanssystem. Det betyder att bomullen inte kan spåras fysiskt till slutprodukten. Däremot drar BCI bönder nytta av den efterfrågan som skapas genom de volymer vi köper.

Läs mer på <https://bettercotton.org/>

### **Canopy**

MQ Marqet är anslutna till den icke-vinstdrivande miljöorganisation Canopy, som strävar efter att skydda världens skogar, arter och klimat. Canopy samarbetar med mer än 800 företag för att utveckla lösningar och göra försörjningen av cellulosabaserade material mer hållbar. Genom kampanjerna CanopyStyle och Pack4Good som riktar till modeindustrin, ska råvara till tyger och förpackningsmaterial från gamla och utrotningshotade skogar elimineras.

Läs mer på [www.canopystyle.org](http://www.canopystyle.org)





### **Kemikaliegruppen**

Kemikaliegruppen är en kunskapsplattform inom kemi- och miljörelaterade frågor till medlemsföretag i textil- och elektronikbranschen. Det drivs av RISE tillsammans med experter från universitet och myndigheter. Kemikaliegruppen omfattar över 100 medlemsföretag, varav MQ Marqet är ett. Kemikaliegruppen ger kunskap att arbeta förebyggande, fasa ut kemikalier samt minska negativa effekter på hälsa och miljö av kemikalieanvändning i produktionen.

### **Myrorna**

MQ Marqet sympatiserar varmt med det cirkulära tänkandet och tillsammans med Myrorna vill vi uppmuntra människor att samla ihop och lämna tillbaka textilier, kläder och skor man inte längre använder och som kan få ett förlängt liv. Ambitionen är att bidra till ökad återanvändning och att materialen ska användas flera gånger om, vilket förbrukar mindre av jordens resurser. MQ Marqets samarbete med Myrorna är ett led i att utveckla cirkulära affärsmodeller som går i linje med framtidens behov av resursbesparing där Myrorna är en viktig partner för oss på vår cirkulära resa.

Myrorna har säljtor i totalt 14 st MQ Marqet-butiker, och alla MQ Marqet-butiker har insamling av textilier från kund som går till Myrorna. Myrorna tar även hand om returer och andra produkter som MQ Marqet inte kan sälja. Läs mer på <https://www.myrorna.se/>

### **STICA**

Syftet med det Svenska Initiativet för Klimatåtgärder (STICA) är att stödja kläd- och textilindustrin och deras intressenter att minska växthusgaserna i linje med 1,5 gradersmålet enligt Parisavtalet. Inom STICA arbetar medlemmarna för att sätta upp forskningsbaserade mål för att begränsa den globala uppvärmningen. Initiativet skapar en plattform för samarbete och utveckling av nya lösningar och innovationer som behövs för att minska textilindustrins påverkan. STICAs mål är att säkerställa att den svenska och nordiska textilindustrin gör mer än sin andel genom att bli den första klimatpositiva kläd- och textilindustrin i världen i god tid före 2050.

Läs mer på <https://www.sustainablefashionacademy.org/STICA>





**Textile Exchange**

MQ Marqet är medlem i den ideella organisationen Textile Exchange som arbetar för en mer hållbar global textil värdekedja. Textile exchange har huvudkontor i USA med personal och ambasadörer i elva länder. Textile exchange bistår med kunskap och information inom området hållbara material, inspirerar och sprider kunskap för att hållbara principer ska implementeras i den textila värdekedjan. Fokus är på fiber och material, integritet och standarder, samt försörjningskedjan.

Läs mer på [www.textileexchange.org](http://www.textileexchange.org)

**T4RI**

Är ett nätverk av medlemsföretag inom Svensk Handel, där MQ Marqet ingår. Tillsammans representerar medlemsföretagen drygt hälften av den svenska marknaden för kläder och hemtextil. Syftet med nätverket är att bidra till att branschen tar sin del av ansvaret för att textilier i första hand återanvänds, och därefter återvinns på bästa möjliga sätt. Nätverket verkar för ett fungerande producentansvar och vill vara en aktiv part i dialogen kring återanvändning, återvinning och producentansvar för textil.

Läs mer på <http://www.svenskhandel.se/>



## Ramverk och styrning

| Globala mål                                                                       | Fokus-områden                     | Risk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Styrande dokument                                 | Syfte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Aktiviteter 20/21                                                                                        | Uppföljning och konsekvens                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Ansvar                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>Material</b>                   | Framställning, produktion och avfallshantering av textila material och plast har stor påverkan på miljön och det finns en väsentlig risk för miljöpåverkan i leverantörsledet gällande framställning av material där styrning av val av material och process är av största vikt. På lång sikt finns risk för överutnyttjande av naturresurser vilket skulle leda till brist på råmaterial | <b>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy</b> | Syftet är att öka andelen hållbara material, både råvara och tillverkningsprocesser och att kunna miljömärka samtliga produkter senast 2030 för att minska miljöbelastningen för den nyproduktion som bolaget kommer att framställa.                                                                                                                             | Ökat andel av mer hållbara material samt miljömärkta produkter med typ 1-märkning.                       | Kartläggning av inköpta material i enlighet med uppsatta mål två gånger per år.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Design- och inköpschef<br>Hållbarhetsansvarig                                                    |
|  | <b>Transparens och spårbarhet</b> | Utan transparens och spårbarhet kan vi inte till fullo förstå vår leverantörskedja och därmed kunna identifiera och adressera våra utmaningar. Utan denna information kan vi inte heller kommunicera tydligt, rätt och riktigt till våra kunder. Risk för svag eller vilseledande kommunikation ut till kund.                                                                             | <b>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy</b> | Verka för spårbarhet och transparens för att få fram korrekt, jämförbar och pålitlig information i hela värdekedjan som kan ge oss kunskap om vart vi producerar och vår påverkan i alla led och kommunicera tillförlitlig information till kund. Öppenhet i hela värdekedjan. Presentera fram- liksom motgångar. Kunden ska känna sig inkluderad i verksamheten | Fastställt strategi 2030 och våra fokusområden. Uppföljning av årliga åtaganden och mål, se uppföljning. | Uppföljning av leverantör och sömnadsfabrik i orderläggningssystem. Uppföljning av certifierade material och insamling av scope och transaction certificate för att säkerställa korrekt källa. Uppföljning av alla regenatfibrer för att säkerställa att dessa material inte kommer från urskog eller utrotningshotat skog enligt Canopystyles Hot button report. Uppdatering av leverantörslista på hemsida. Rapportering av hållbarhetsarbete i hållbarhetsredovisning. Utbildning av alla nya medarbetare på HK och i butik i bolagets hållbarhetsarbete och policy. | Design- och inköpschef<br>Hållbarhetsansvarig<br>Chef Försäljning och marknad<br>Etableringschef |

| Globala mål                                                                         | Fokus-områden            | Risk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Styrande dokument                                 | Syfte                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Aktiviteter 20/21                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Uppföljning och konsekvens                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Ansvar                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>Cirkularitet</b>      | Med en växande befolkning, ohållbara konsumtionsmönster och affärsmodeller som bygger på överproduktion, använder vi mer naturresurser än vad vår planet kan hantera. Nyproduktion kan vara en risk mot det växande klimathotet och den biologiska mångfalden gällande hög energiförbrukning av icke förnyelsebar energi, förbrukning av ändliga resurser samt förorening av vatten och miljö.                                                                                                                                                                                                  | <b>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy</b> | Syftet är öka en cirkulär och hållbar design, produktion och konsumtion. Det innebär att minimera avfallsmängden, öka resurseffektiviteten (i både produktions- och konsumtionsleden) och minska behovet av nyproduktion. Det betyder även att de material som cirkulerar i samhället ska vara fria från gifter, framtagna med minsta miljöpåverkan och producerade med förnyelsebar energi. | Fastställt strategi 2030 och våra fokusområden. Aktivt arbete inom STICA. Kvalitetsuppföljning. Satt policy med Canopy "Pack4Good" och kartlagt använda material i transportkartonger. Utökat cirkulära tjänster med uthyrning och sneakerstvätt. Uppdaterat e-handelskartong till återvunnet papper. | Uppföljning av kvalitetsnivå och reklamationsnivå enligt uppsatta mål. Utvärdering och utveckling av våra cirkulära modeller. Uppföljning av mål för genomförsäljning. Åtgärder vidtas efter resultat för att nå uppsatta mål.                                                                                                           | Design- och inköpschef<br>Hållbarhetsansvarig<br>Chef Försäljning och marknad                                            |
|    | <b>Omvärd - Klimatet</b> | Produktion, transport, användning och kassering av textila produkter genererar en betydande mängd utsläpp av växthusgaser som bidrar till den globala uppvärmningen och de klimatförändringar som påverkar miljön, våra ekosystem och därmed allt liv på vår jord. Klimatförändringar kan påverka kostnad och tillgång av råmaterial och tjänster. Driften, som logistik, produktion och försäljning, kan påverkas av faktorer utlösta av extrema väderförhållanden. Med stor sannolikhet kommer nya lagar för att begränsa klimatrisker, vilket påverkar verksamhetens resurser och kostnader. | <b>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy</b> | MQ Marqet har som mål att verka i linje med Parisavtalet. Kärnan i avtalet är att begränsa den globala uppvärmningen och betyder i korthet att halvera växthusgasutsläppen globalt senast 2030.                                                                                                                                                                                              | Fastställt strategi 2030 och våra fokusområden<br><br>Förberedande arbete tillsammans med STICA för att kunna mäta vårt scope 1, 2 och 3                                                                                                                                                              | Vi på MQ Marqet ska kartlägga och mäta vår påverkan enligt GHG protocol i scope 1, 2 och 3 med 2020/2021 som basår, och därefter skapa mål och handlingsplaner. Vårt fokus är att reducera vår energianvändning, verka för förnyelsebar energi i leverantörskedjan, öka våra cirkulära affärsmodeller och i sista hand klimatkompensera. | Design- och inköpschef<br>Hållbarhetsansvarig<br>Chef Försäljning och marknad<br>Etableringschef<br>IT- och Logistikchef |
|  | <b>Omvärd - Vatten</b>   | Ohållbar vattenanvändning påverkar grundvattennivån globalt, den biologiska mångfalden, liksom tillgång till säkert dricksvatten.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy</b> | Att minska vår påverkan på vatten genom att vara vattneffektiva genom hela värdekedjan. Verka för bättre vattenkvalitet, vattneffektivitet och ökad återvinning av vatten.                                                                                                                                                                                                                   | Fastställt strategi 2030 och våra fokusområden. Low impact wash enligt EIM-systemet från Jeanologia, på alla denim på egna varumärken. Startat efterfrågan på vattensnåla tvättar från Externa varumärken.                                                                                            | Sätta minimikrav på våra samarbetspartners med vattenprocesser. Följa upp och vidta åtgärder. Kommande räkenskapsår ska vi undersöka verktyget BEPI under amfori. Årlig kartläggning av bomull från mer hållbara källor i procent.                                                                                                       | Design- och inköpschef<br>Hållbarhetsansvarig                                                                            |

| Globala mål                                                                         | Fokus-områden                                                                    | Risk                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Styrande dokument                                                                        | Syfte                                                                                                                                                                                                                                                          | Aktiviteter 20/21                                                                                                                                                                                          | Uppföljning och konsekvens                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Ansvar                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | <b>Omvärld - Biologisk mångfald</b>                                              | Förstörelsen av ekosystem, livsmiljöer och överexploatering är idag globala problem som gör att arter försvinner i allt snabbare takt. Enligt forskningen är vår överkonsumtion den huvudsakliga orsaken till den snabba förlusten av arter. Utan en biologisk mångfald försämras den bördiga marken vi odlar i liksom luften vi andas och vattnet vi dricker. På lång sikt finns risk för överutnyttjande av naturresurser vilket skulle leda till brist på råmaterial. | <b>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy</b>                                        | Verka för att den biologiska mångfalden inte skadas och istället restaureras i hela värdekedjan.                                                                                                                                                               | Fastställt strategi 2030 och våra fokusområden                                                                                                                                                             | Bygga upp ett ramverk för verksamhetens relation till miljön och biologisk mångfald. Denna skall ligga till grund i alla delar av produktionskedjan för att på så sätt se till att hela processen går efter samma principer. Vi ska arbeta för att förebygga och minska vår totala påverkan på biologisk mångfald och naturliga ekosystem i vår värdekedja. | Design- och inköpschef<br>Hållbarhetsansvarig<br>Chef Försäljning och marknad<br>Etableringschef |
|    | <b>Omvärld- Ansvarsfull produktion - Arbetsvillkor och mänskliga rättigheter</b> | I flera av de länder där våra produkter tillverkas saknas tillräcklig nationell lagstiftning eller kontroll av att lagar följs inom miljö, mänskliga rättigheter och arbetsrätt. Det är därför viktigt att vi ser till att arbetare nås av den lagstiftning som finns samt ta vid där skyddet slutar.                                                                                                                                                                    | <b>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy</b>                                        | Att våra leverantörer ska uppnå en total överensstämmelse med MQs Uppförandekod och våra värderingar för att säkerställa att bolagets produkter tillverkas under tillåtna, säkra och rättvisa förhållanden.                                                    | Fastställt strategi 2030 och våra fokusområden. Avslutat "Shobola Project" i Bangladesh i syfte att utöka kvinnor i ledande positioner i fabrik. Bjudit in alla leverantörer i amfori BSCIs nya plattform. | Årlig uppföljning av att leverantörer har en giltig revisionsrapport och uppfyller MQ Marqet Critical Violation Policy samt framtagande av åtgärdsplaner där brister identifierats.                                                                                                                                                                         | Hållbarhetsansvarig                                                                              |
|  | <b>Arbetsmiljö och säkerhet för medarbetare Affärsetik och antikorruption</b>    | Otrygga arbetsförhållanden där medarbetare inte tillåts vara delaktiga i verksamhetens mål och det dagliga arbetet motverkar förutsättningarna för att medarbetare ska trivas och må bra.                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Arbetsmiljöpolicy/<br/>Hållbarhetsstrategi/<br/>Hållbarhetspolicy/<br/>Etikpolicy</b> | Verka för att bolagets medarbetare har en fungerande, trygg och säker arbetsmiljö.<br><br>Att skapa tydlighet med vad god etik inom MQ Marqet avser samt inspirera medarbetare till att gemensamt verka för att göra företaget till en attraktiv arbetsgivare. | Bolagets policies och riktlinjer har setts över och uppdaterats. Regelbundna dialogforum har upprättats med de fackliga organisationerna. Bolagets värderingar har fastställts och definierats.            | Årlig uppföljning av både psykosocial och fysisk arbetsmiljö samt handlingsplaner som upprättas utefter resultaten.<br><br>Förebyggande arbete och löpande hantering av misstänkta eller bekräftade fall av korruption<br><br>HR leder det kontinuerliga arbetet inom dessa områden.                                                                        | HR-chef                                                                                          |



