

## SAMMANFATTNING FRÅN RESKILLS WORKSHOP 1- HÅLLBARA STYRNINGSPROCESSER



Vilka är era **intressenter** och vad är deras viktigaste frågor?

Vad sker runtom er, vad riskerar ni att **påverkas av**?

Hur **påverkar** ni er omvärld?

Vad står ert varumärke för? Vad är ert hjärta/ er passion?

**Allt är viktigt, men vad är viktigast?**

- En workshop för att hjälpa dig att identifiera dina väsentliga frågor!

1

# Vad behöver vi förhålla oss till i vårt hållbarhetsarbete?

Vilka är våra viktigaste intressenter? Vad är de viktigaste frågorna för våra intressenter?

2

Vad riskerar vi som företag att påverkas av?  
Vilka risker behöver vi reducera?

4



Vad står vårt varumärke och våra produkter för?  
Vad är det som är vår passion?  
Varför finns vi?

Prioritering



Väsentliga hållbarhetsfrågor

3

Vad riskerar vi som företag att påverka negativt?  
Var har vi som företag stora möjligheter att påverka positivt

Var i världen finns  
vår värdekedja?



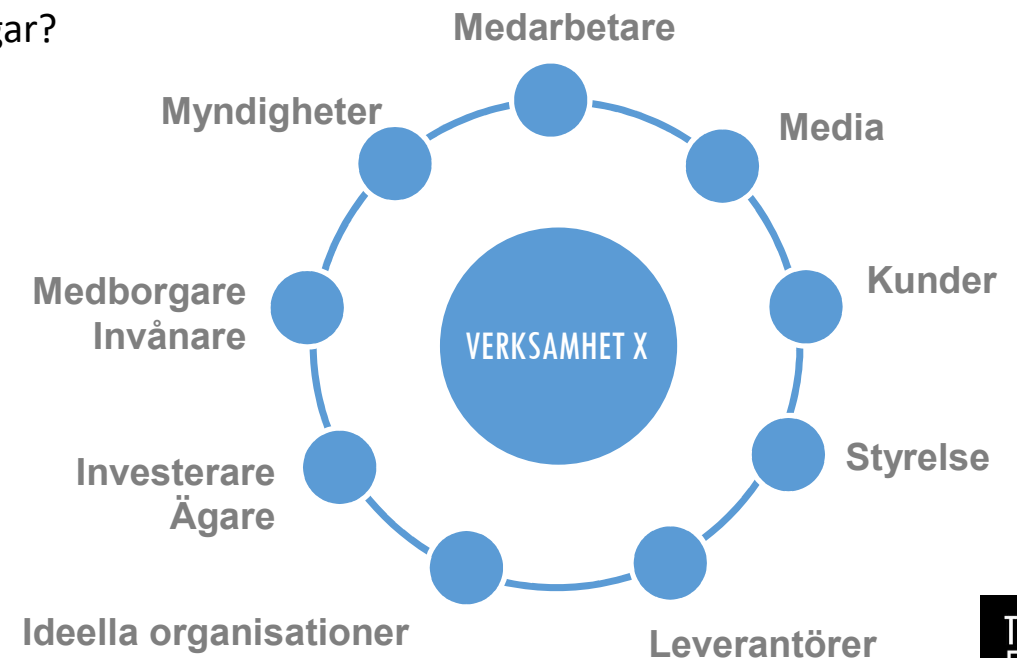
# Intressenter

Företagets intressenter - "grupper utan vars stöd organisationen skulle upphöra att existera"

- Vilka är våra viktigaste intressenter?
- Vad är de viktigaste frågorna för våra intressenter?
- Uppfyller vi deras förväntningar?
- Vad händer om vi inte uppfyller deras förväntningar?
  - Bojkott av kunder
  - Försäljningsstopp
  - Etc.

## Kriterier för prioritering:

- Sätter spelreglerna
- Beroende, påverkan
- Samarbetet (bra/dåligt)
- Ansvar gentemot (ex. extra sårbara)
- Olika perspektiv
- ....



# Risk att påverkas



## Vad händer i omvärlden?



### Globala överenskommelser



### Regleringar

EU Green deal – Klimatneutralit 2050

EU Climate law – 21 April 2021

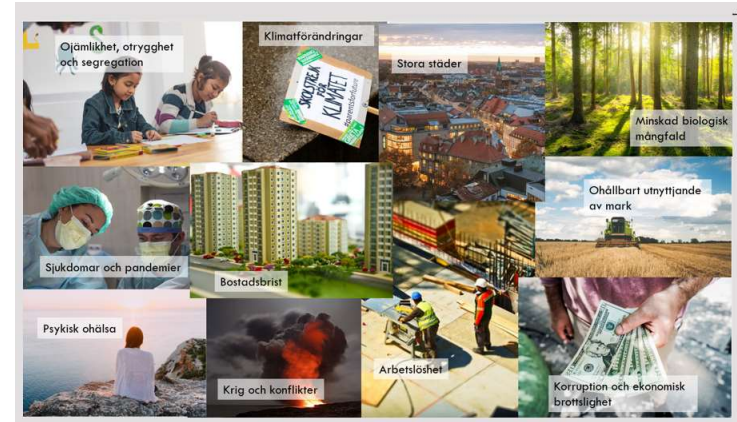
EU Action Plan on Financing Sustainable Growth

- ➔ Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)  
Non-Financial Reporting Directive (NFRD)
- ➔ Taxonomy for Sustainable Finance
- ➔ Sustainable Finance Disclosure Regulation (SFDR)
- ➔ Due Diligence and Corporate Accountability

### Initiativ/ramverk



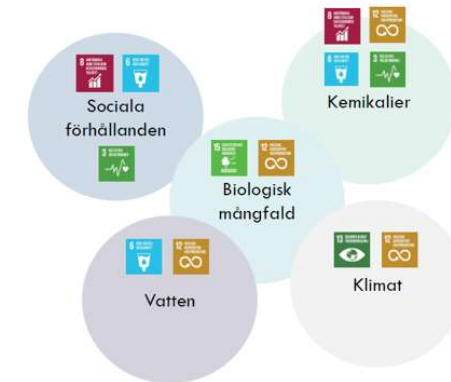
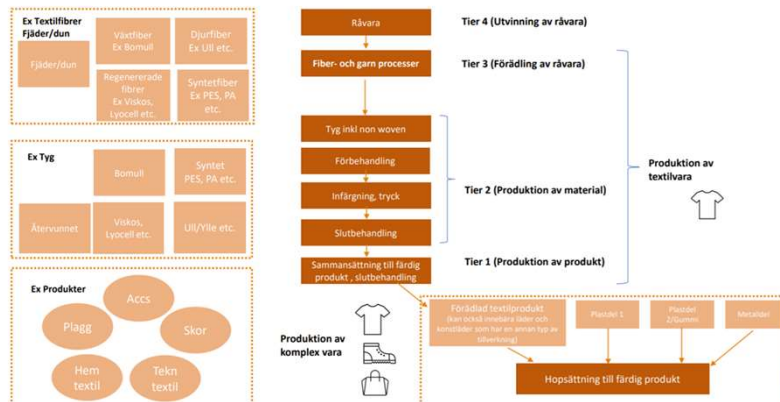
31



Mycket av det som händer i omvärlden påverkar oss som företag och våra affärer. Pandemi, råvarubrist, konflikter, extremväder, etc. Textilvärldens globala värdekedjor innebär många risker. Vilka är våra största risker? Hur kan vi reducera dessa risker?

- Material – vilken typ av råvara?
- Geografi – var finns vår värdekedja?
- Logistik – hur ser våra transporter ut?
- Kommer det nya regleringar som påverkar oss?
- ...

# Risk att påverka



Vår produktion och produkter riskerar också att påverka omvärlden. Vilken typ av negativ påverkan har vi som företag på planet, människa och djur? Var har vi möjlighet att påverka positivt?

- **Material** – vilken typ av råvara?
- **Design, typ av produkt**
- **Geografi** – var finns vår värdekedja?
- **Tillverkningsprocess**
- **Typ av transporter?**
- **Pris/ affärsmodell**
- ...

## Varumärket



**stadium®**

På Stadium brinner vi för rörelse. I stort och smått. Från enklaste träningspass till drömmen om en hållbar planet. På samma sätt som vi behöver vara i balans måste även vår miljö vara det. Därför fortsätter vårt arbete med att ta fram produkter på ett ansvarsfullt sätt för människa, djur och miljö.



**FJÄLL  
RAVEN**

**LINDEX**

## Ett löfte för vårt högre syfte

Kvinnan är allt för oss. Kvinnor är inte enbart dem som älskar att bära våra plagg - de har en avgörande roll i hela vår värdekedja, från bomullsältet till provrummet. Vi existerar för att stärka och inspirera kvinnor, oavsett vad de har för relation till oss. Det är vårt högre syfte.

**XHOUDINI**

Vi har kommit långt i den transformation som vi ser framför oss, men som företag måste vi ta oss bortom noll och bli en positiv och regenerativ kraft för samhället och planeten. Annars finns det ingen anledning för oss att driva företag över huvud taget.

Det kanske viktigaste för att hitta rätt drivning, långsiktighet och trovärdighet i sitt hållbarhetsarbete är att det är tätt kopplat till företagets "hjärta".

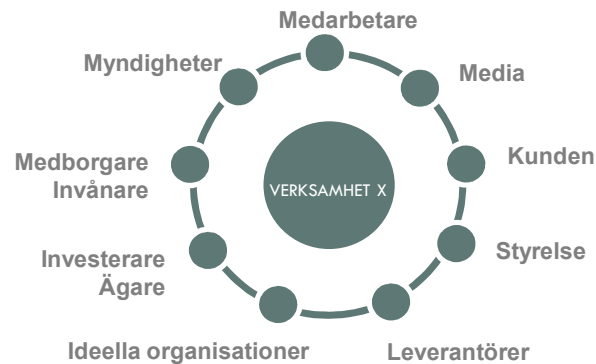
Vad är våra drivkrafter? Vår värderingar? Vad är det varumärket står för? Vad är det vi erbjuder våra kunder?

- Typ av produkter
- Drivkrafter
- Kärnvärden/ Värderingar
- ...

1

# Vad behöver vi förhålla oss till i vårt hållbarhetsarbete?

Vilka är våra viktigaste intressenter? Vad är de viktigaste frågorna för våra intressenter?



4

Vad står vårt varumärke och våra produkter för?  
Vad är det som är vår passion?  
Varför finns vi?



re:skills

Exempel



Prioritering

Väsentliga hållbarhetsfrågor

2

Vad riskerar vi som företag att påverkas av?  
Vilka risker behöver vi reducera?



3

Vad riskerar vi som företag att påverka negativt?  
Var har vi som företag stora möjligheter att påverka positivt?



TEXTILE & FASHION 2030