



Introduktion till transparens i modeförsörjnings- kedjan

Handbok för utövare

Innehållsförteckning

1. Inledning	3
2. Inlärningsmål	5
3. Metodik	7
4. Workshops och aktiviteter	10
5. Bedömningar	18
6. Böcker och artiklar	21

1. Inledning

Transparens i modevarumärkets leverantörskedja innebär att öppet dela med sig av information om klädesplaggens resa, inklusive råmaterial, tillverkning och distribution. Transparens i leverantörskedjan är avgörande för att modevarumärken ska kunna stödja etiska påståenden och uppfylla ESG-mål genom att avslöja det intrikata nätverket av leverantörer inom materialinköp, tillverkning och distribution.

2. Inlärningsmål

- Definiera transparens i leveranskedjan och dess komponenter: Deltagarna kommer att lära sig de viktigaste komponenterna och strategierna för att uppnå transparens i leveranskedjan, med tonvikt på praktiska metoder för genomförande.
- Utforska rollen som transparency manager inom en organisation: Denna modul ger en inblick i de ansvarsområden och funktioner som en transparency manager har, och belyser deras avgörande roll när det gäller att övervaka och driva transparensinitiativ inom organisationens ramverk.

3. Metodik

Utbildningsprogrammet består av en online-modul och kompletterande handledarledda aktiviteter för att täcka in en mängd olika inlärningsmetoder. Aktiviteterna kommer att följa upp de lärdomar som dragits under onlineutbildningen. Därför rekommenderar vi att deltagarna först går igenom online-modulen innan de deltar i några handledarledda aktiviteter.

3.1. Online-modul

Online-modulen består av följande struktur och ämnen. Varje avsnitt innehåller praktiska exempel för att illustrera de begrepp som behandlas. Vi lyfter också fram två fallstudier av bästa praxis inom samarbete och nätverkande för modetransparens.

1. Översikt över transparens i modebranschens leveranskedja: Detta ämne utforskar vikten av transparens i modebranschens leveranskedja och betonar behovet av transparens och tydlighet i inköps-, produktions- och distributionsprocesserna.

2. Hur transparens skiljer sig från hållbarhet och cirkularitet: I detta avsnitt klargörs skillnaderna mellan transparens, hållbarhet och cirkularitet i samband med modebranschen, och de unika aspekterna och målen för varje koncept lyfts fram.

3. Nyckelbegrepp för transparens i leverantörskedjan: I detta avsnitt introduceras grundläggande begrepp som är nödvändiga för att uppnå transparens i leverantörskedjan inom modesektorn, vilket ger en grund för att förstå och genomföra transparensåtgärder.

4. Hur transparens i leveranskedjan hjälper företag att uppfylla ESG-mål: Diskussionen handlar om hur transparens i leveranskedjan hjälper företag att uppfylla miljömässiga, sociala och styrningsmässiga mål (ESG), och betonar dess roll i hållbara och ansvarsfulla affärsmetoder.

5. Rollen som Transparency Manager inom ett modeföretag: I detta avsnitt beskrivs ansvarsområdena och funktionerna för en transparency manager på ett modeföretag, och den centrala roll som de spelar för att säkerställa transparens i hela leveranskedjan belyses.

3.2 Facilitatorprofil

Kursledaren ska vara en skicklig kommunikatör, kunna anpassa sig till deltagarnas behov och kunna skapa en engagerande och inkluderande inlärningsmiljö. Deras expertis inom de relevanta områdena kommer att förbättra den övergripande inlärningsupplevelsen och bidra till att modulmålen uppnås.

4. Workshops och aktiviteter



4.1. Fallstudier

4.1.1. SEPIIA

<https://sepiia.com>

<https://www.instagram.com/sepiia2080/?hl=es>

<https://www.facebook.com/sepiia2080/>

<https://www.linkedin.com/company/sepiia/?originalSubdomain=ar>

Sepiia är ett spanskt klädmärke som föddes 2016 i Madrid. Det producerar bekväma, slitstarka och lättskötta kläder med innovativa och hållbara material, med 100% cirkulärt, återvunnet och återvinningsbart råmaterial med återvunnen polyester, vilket gör det till antibakteriellt tekniskt garn. Som en del av ett engagemang för hållbarhet och att bekämpa nedgången i textilindustrin i utvecklade länder för att minska kostnaderna till länder med lägre löner, beslutade Sepiia att alla kan se på sin webbplats var varje del av produktionsprocessen äger rum och få information om sina verkstäder. Sepiia arbetar lokalt med verkstäder och laboratorier i Spanien och Portugal. Sepiia har åtagit sig att göra spårbarheten och transparensen i sin produktionskedja tillgänglig för alla. Man är också transparent med sina priser, något som konsumenterna värdesätter allt mer för att förstå varför deras plagg är värda vad de kostar.

Med vetskapen om att det bakom plagget finns människor med garantier, som investerar i I+D och stödjer medveten konsumtion, är de villiga att betala för att göra skillnad. Efter användning erbjuder Sepiia den konsument som returnerar plagget att återvinna garnet och ge det ett tredje liv. Sepiia är ett B Corp-företag, bland de 5 % bästa B Corp®-företagen. B Corps är syftesdrivna företag som använder affärskraften för att bygga en inkluderande, hållbar och regenerativ ekonomi för alla människor och planeten. De uppfyller de högsta standarderna för social och miljömässig prestanda, transparens och ansvarsskyldighet samt engagemang för positiv påverkan.

4.1.2. CECILIA SÖRENSEN

<https://www.ceciliasorensen.com/>

<https://www.instagram.com/ceciliasorensencollection/>

<https://www.facebook.com/ceciliasorensencollection>

<https://www.linkedin.com/in/ceciliasorensen/>

Cecilia Sörensen Studio är ett oberoende modedesignföretag som grundades 2002. Cecilia är en finskfödd designer som arbetar och bor i Tramuntanabergen på Mallorca, Spanien. Kollektionen är helt producerad lokalt på Mallorca. Målet är att använda certifierade ekologiska material i hela kollektionen och att säkerställa kvalitet i alla aspekter av



produktionen samtidigt som man är rättvis mot miljö och människor. Hennes engagemang bygger på spårbarhet och transparens i hela värdekedjan, där kvaliteten på varje produkt utvärderas enligt grundläggande kriterier: sociala, miljömässiga, spårbarhet, återvinningsbarhet och hållbarhet. Som en oberoende etikett vilar dess väsen på Slow Fashion i små kvantiteter, inga onödiga lager, inget löneslaveri, inga skadliga kemikalier och inga billiga massproducerade använda och kasta plagg.

4.2. Analys av fallstudier och reflektionsövning (1h30)

Sepiia & Cecilia Sörensen

Syfte:

Att analysera en fallstudie innebär att läsa fallstudien och komma fram till välgrundade slutsatser och rekommendationer.

Baserat på fallstudierna ovan kommer deltagarna att delta i en reflektionsövning för att överväga de verkliga konsekvenserna av transparens i leveranskedjan i 2 modebranscher. Syftet med övningen är att fördjupa deltagarnas förståelse för de praktiska konsekvenserna av transparens i leverantörskedjan och uppmuntra till kritiskt tänkande kring komplexiteten i att genomföra transparensinitiativ i modebranschen.

Instruktioner:

1. Dela in deltagarna i 2 grupper.
2. Ge varje grupp en av de 2 fallstudierna som finns på webbsidan. [Sepiia](#) & [Cecilia Sörensen](#)
3. Svara på frågorna nedan och be grupperna att diskutera följande punkter
4. Be varje grupp att presentera en sammanfattning av sin fallstudieanalys och de insikter de fått.
5. Underlätta en bredare diskussion genom att uppmuntra deltagarna att reflektera över de gemensamma teman, komplexiteter och potentiella strategier som identifierats i de olika fallstudierna.
6. Avsluta övningen genom att be deltagarna att individuellt reflektera över hur fallstudierna har påverkat deras förståelse för transparens i leverantörskedjan och dess utmaningar i modebranschen.

SEPIIA:

1. Hur bidrar Sepiias användning av innovativa och hållbara material till deras engagemang för hållbarhet?
2. Vilken betydelse har Sepiias beslut att använda 100 % cirkulära, återvunna och återvinningsbara råvaror i sin produktionsprocess?



3. Hur bidrar Sepiias transparensinitiativ på sin webbplats till att främja transparens i leverantörskedjan inom modebranschen?
4. Vilka är några potentiella utmaningar som Sepiia kan möta i genomförandet av sitt transparensinitiativ, och hur kan de hanteras?
5. Hur kan Sepiias inställning till hållbarhet och transparens inspirera andra modevarumärken att anta liknande metoder?

CECILIA SÖRENSEN:

1. Vad är filosofin bakom Cecilia Sörensen Studios åtagande att använda certifierade ekologiska material i hela sin kollektion?
2. Hur säkerställer Cecilia Sörensen Studio kvalitet i alla aspekter av produktionen samtidigt som man tar hänsyn till miljö och människor?
3. Vilka är de grundläggande kriterierna som Cecilia Sörensen Studio utvärderar kvaliteten på sina produkter enligt?
4. Hur förkroppsligar Cecilia Sörensen Studio principerna för Slow Fashion i sin produktionsprocess?
5. Vilka är några av de skadliga metoder som Cecilia Sörensen Studio undviker i sin produktionsprocess? ex: löneslaveri och användning av skadliga kemikalier.
 - Vilka var de viktigaste utmaningarna i fallstudien?
 - Hur uppfattade och reagerade olika intressenter på utmaningarna?
 - Vilka potentiella lösningar eller tillvägagångssätt skulle kunna hantera utmaningarna och samtidigt ta hänsyn till alla intressenters intressen?
 - Vilka lärdomar kan dras från fallstudien när det gäller att införa transparens i leverantörskedjan inom modeindustrin?

4.3. Skapa en fallstudie (45 minuter)

Syfte:

Välj ett modevarumärke och undersök om det har genomfört initiativ för transparens i leveranskedjan och har ett tydligt engagemang för hållbarhet. Efter att ha analyserat modevarumärket skriver du din egen fallstudie.

Snabba modevarumärken:

[INDITEX](#)

[ZARA](#)

[H&M](#)

Varumärken inom slow fashion:

[Det cirkulära](#) projektet

[Ecolaf](#)

[Mayamiko](#)

[Kollektiv spårning](#)

1. Varumärket:

- a. Vad är namnet och bakgrunden till modemärket?
- b. Vem driver företaget? Hur många personer arbetar för företaget?
- c. Vilka är de viktigaste produkterna som varumärket erbjuder?
- d. Vilken är målgruppen/allmänheten?

2. Översikt över leveranskedjan:

- a. Vilka är de olika stadierna/stegen i varumärkets leveranskedja som syns på webbplatsen? Från inköp av råvaror till leverans av slutprodukten till kunderna?
- b. Finns det några specifika regioner eller länder som är involverade i varumärkets leveranskedja?

3. Initiativ för ökad transparens:

- a. Har varumärket genomfört några initiativ för transparens i sin leveranskedja? Om ja, vilka är de?
- b. Hur kommunicerar varumärket sitt arbete med transparens till sina intressenter, t.ex. kunder, leverantörer och allmänheten?

4. Hållbarhetspraxis:

- a. Vilka hållbara metoder följer varumärket i sin leveranskedja, t.ex. att använda miljövänliga/återvunna/uppcyklade material eller minska koldioxidavtrycket?
- b. Säkerställer varumärket etiska och rättvisa arbetsförhållanden inom sin leveranskedja?

5. Utmaningar och möjligheter:

- a. Vilka utmaningar har varumärket mött när det gäller att implementera transparens i leveranskedjan och hållbarhetspraxis?
- b. Vilka möjligheter har varumärket identifierat genom sitt arbete med transparens och hållbarhet?

6. Effekter och framtidsutsikter:

- a. Har varumärket framtidsplaner eller potentiella förbättringar att uppnå när det gäller transparens och hållbarhet i leveranskedjan?
- b. Vilken inverkan har varumärkets transparens och hållbarhetsinitiativ haft på kundernas uppfattning?

4.4. Fem frågor som konsumenter kan ställa sig för att utvärdera insynen i modekedjans leveranskedja.

Syfte:

Dessa frågor kan få konsumenterna att reflektera över sina inköpsbeslut och överväga hur deras val påverkar modebranschens transparens i leverantörskedjan och etiska inköpspraxis.

1. **När du köper kläder, tar du hänsyn till ursprunget för de material som används och de tillverkningsprocesser som används för att skapa plagget, hur beter du dig?** - Denna fråga uppmuntrar konsumenter att reflektera över om de tar hänsyn till ursprunget och produktionsprocesserna för de kläder de köper.
2. **Känner du till några specifika modevarumärken som är kända för sina transparenta och etiska metoder i leverantörskedjan?** Om så är fallet, vilka faktorer bidrar till din uppfattning om deras transparens? - Denna fråga uppmuntrar konsumenterna att identifiera modevarumärken med transparenta och etiska metoder i leverantörskedjan och att överväga de faktorer som formar deras uppfattning om transparens.
3. **Hur viktigt är det för dig att stödja modevarumärken som prioriterar transparens i leverantörskedjan och etiska inköpsmetoder?** - Denna fråga uppmuntrar konsumenterna att bedöma hur viktigt det är för dem att stödja varumärken som prioriterar transparens och etiska metoder i sin leveranskedja.
4. **Vilka informationskällor förlitar du dig på för att få information om ett modevarumärkes metoder i leverantörskedjan och etiska inköp?** - Denna fråga syftar till att ta reda på genom vilka kanaler konsumenter söker information om ett varumärkes metoder i leverantörskedjan och etiska inköp.
5. **På vilket sätt tror du att konsumenter kan påverka och uppmuntra modevarumärken att förbättra sin transparens i leverantörskedjan och sina etiska inköpsmetoder?** - Den här frågan uppmuntrar konsumenterna att fundera över sin roll när det gäller att påverka och förespråka bättre insyn i leverantörskedjan och etiska inköpsmetoder inom modebranschen.



4.5. Förstå dina plagg för att utvärdera insynen i leverantörskedjan för mode.

Denna övning kommer att hjälpa chefer att utveckla en bättre förståelse för de plagg de köper och underlätta en mer transparent och ansvarsfull inställning till klädval inom organisationen.

Material som behövs:

10 olika plagg:

- Samla en mängd olika plagg, inklusive skjortor, byxor, klänningar etc.
- Se till att de representerar olika material och stilar.

Anteckningsbok eller arbetsblad:

- I anteckningsboken eller arbetsbladet ska deltagarna registrera information om varje plagg.

Tillgång till Internet:

- Deltagarna kan behöva tillgång till Internet för research.

Steg:

- **Välj plagg:** Lägg ut de 10 plagg som du har valt ut för övningen.
- **Undersöka varumärken:** Deltagarna bör undersöka varumärkets bakgrund, värderingar och eventuella publicerade insatser för hållbarhet och etiska metoder.
- **Undersök etiketterna:** Leta efter etiketter inuti varje plagg. Dessa etiketter innehåller vanligtvis information om tyget, skötselråd och ibland ursprungsland.
- **Information om dokument:** För varje plagg, registrera följande information:
 - Information om varumärket: Grundare, uppdragsbeskrivning, nyckelvärden.
 - Proveniens: Var plagget tillverkades.
 - Material: Plaggets sammansättning (bomull, polyester, etc.), vad mer? Kan du hitta information om garn, knappar, mellanlägg etc.?
 - Etiska metoder: All information om rättvisa arbetsförhållanden eller hållbara initiativ.
 - Tygets sammansättning: Notera vilka material som används i plagget. Det kan t.ex. vara bomull, polyester, ull etc.
 - Instruktioner för skötsel: Leta efter vägledning om hur du tvättar, torkar och tar hand om plagget.

- Märke och ursprungsland: Identifiera plaggets märke och var det tillverkades.
- **Reflektera över resultaten:** Fundera över de mönster och gemensamma nämnare som du ser i plaggen. Är vissa material eller ursprungsländer mer förekommande än andra?
- **Diskutera hållbarhet och etik:** Uppmana till en diskussion om plaggens miljömässiga och etiska aspekter. Är de tillverkade av hållbara material? Var har de producerats? Var det under rättvisa arbetsförhållanden? Kan du hitta några certifieringar?
- **Utforska alternativ:** Diskutera alternativa val för mer hållbara och etiska kläder. Leta efter varumärken som prioriterar miljövänliga metoder och rättvisa arbetsvillkor.
- **Sätt upp personliga mål:** Uppmuntra deltagarna att sätta upp personliga mål för att göra mer medvetna och informerade val när det gäller klädinköp.
- **Uppföljande diskussion:** Planera in en uppföljningsdiskussion för att dela insikter och erfarenheter efter att eventuella förändringar i klädvalen har genomförts.

Denna övning ökar inte bara medvetenheten om de plagg vi bär utan bör också främja ett mer medvetet och hållbart förhållningssätt till modeval.

5. Bedömningar

5.1. Frågesport (10 min)

Deltagarna måste godkännas med 84% för att slutföra modulen.

1. Vad är transparens i leverantörskedjan för mode?

- Processen att dölja information om ett modevarumärkes metoder i leverantörskedjan.
- Processen att öppet dela med sig av information om ett modevarumärkes metoder i leverantörskedjan.
- Processen att outsourca ett modevarumärkes rutiner för leveranskedjan till tredjepartsleverantörer

2. Vilka är fördelarna med transparens i modebranschens leveranskedja?

- Förbättrat varumärkesrykte och kundlojalitet.
- Minskad miljöpåverkan och förbättrade arbetsvillkor.
- Ökad vinst och minskade produktionskostnader.

3. Vilka är några av de utmaningar som är förknippade med att införa transparens i modebranschens leveranskedja?

- Bristande samarbete med leverantörer och motstånd mot förändringar.
- Ökade produktionskostnader och minskade vinster.
- Begränsat konsumentintresse och avsaknad av lagstadgat stöd.

4. Vilken roll har en Transparency Manager på ett modeföretag?

- Övervaka och driva initiativ för transparens inom den organisatoriska ramen.
- Att dölja information om varumärkets metoder för leveranskedjan.
- Att outsourca varumärkets rutiner för leveranskedjan till tredjepartsleverantörer.

5. Hur kan konsumenter påverka och uppmuntra modevarumärken att förbättra sin transparens i leveranskedjan och sina etiska inköpsmetoder?

- Genom att köpa från varumärken som prioriterar transparens och etiska inköpsmetoder.
- Genom att bojkotta varumärken som inte prioriterar transparens och etiska inköpsmetoder.
- Genom att ignorera frågan och fortsätta att köpa från vilket varumärke de vill.

Svar: 1. b, 2. a och b, 3. a och b, 4. a, 5. a

5.2. Självutvärdering (10 min)

Instruktioner:

Ta en stund och fundera över hur du ser på risker och utmaningar när det gäller transparens i modebranschen. Ta ställning till följande påståenden med hjälp av den angivna skalan.

Tack för att du har slutfört utvärderingen!

1. Instämmer inte alls
2. Inte överens
3. Neutral
4. Överens
5. Instämmer helt

1. Jag förstår vikten av transparens i leverantörskedjan inom modebranschen.

Mitt betyg:

2. Jag kan skilja mellan transparens, hållbarhet och cirkularitet i samband med modebranschen.

Mitt betyg:

3. Jag känner till de nyckelbegrepp som är nödvändiga för att uppnå transparens i leveranskedjan inom modebranschen.

Mitt betyg:

4. Jag är övertygad om min förmåga att balansera önskan om transparens med potentiella effekter på konsumenternas förtroende.

Mitt betyg:

5. Jag kan identifiera och hantera potentiella risker som kan uppstå under implementeringen av transparens i leveranskedjan inom modebranschen.

Mitt betyg:

6. Jag kan balansera behovet av sysselsättning med miljömässiga och sociala hänsyn som representant för samhället.

Mitt betyg:

7. Jag är skicklig på att kommunicera ett företags engagemang för transparens och samtidigt ta itu med tidigare misstag som PR-specialist.

Mitt betyg:

6. Böcker och artiklar

"Den nya vetenskapen om hållbarhet: Att bygga en grund för stora förändringar" av Sally Uren
Den här boken utforskar principerna för hållbarhet och transparens och ger insikter i hur företag kan skapa positiv förändring.

"Transparent: How Transparency in Business Can Make or Break Your Company" av Don Tapscott och David Ticoll- Även om den här boken inte enbart fokuserar på transparens i leveranskedjan diskuteras de bredare konsekvenserna av transparens i näringslivet, inklusive dess inverkan på leveranskedjorna.

"The Transparency Edge: How Credibility Can Make or Break You in Business" av Barbara Pagano och Elizabeth Pagano - ger praktiska råd om hur man skapar transparens i affärsrelationer, vilket är tillämpligt på dynamiken i leveranskedjan.

"Den stora omställningen: Radically Practical Strategies for a Hotter, Scarcer, and More Open World" av Andrew S. Winston - Utforskar utmaningarna och möjligheterna med hållbarhet och transparens i en snabbt föränderlig värld.
Modeindustri och miljö:

"Fashionopolis: The Price of Fast Fashion and the Future of Clothes" av Dana Thomas - Undersöker modebranschens miljöpåverkan, särskilt den snabba modemodellen, och utforskar hållbara alternativ.

"Överklädd: The Shockingly High Cost of Cheap Fashion" av Elizabeth L. Cline - Undersöker de sociala och miljömässiga kostnaderna för den snabba modeindustrin och dess inverkan på globala ekonomier.

"Wardrobe Crisis: How We Went From Sunday Best to Fast Fashion" av Clare Press - Utforskar de miljömässiga och etiska utmaningarna inom modeindustrin och förespråkar hållbara och etiska metoder.

"Mode och hållbarhet: Design for Change" av Kate Fletcher och Lynda Grose- Ger en omfattande översikt över hållbara modemetoder, inklusive transparens i leveranskedjan och miljöhänsyn.

"Att dö för: Is Fashion Wearing Out the World?" av Lucy Siegle - Undersöker modebranschens sociala och miljömässiga påverkan och tar upp frågor som transparens i leveranskedjan och etiska metoder.

"Mode och hållbarhet: Understanding Luxury Fashion in a Changing World" av Farid Ahmed och Katja Schönherr - Undersöker skärningspunkten mellan lyxmode och hållbarhet, och diskuterar utmaningarna och möjligheterna för mer transparenta och hållbara metoder.

"Hållbart mode och hållbara textilier: Design Journeys" av Kate Fletcher - Utforskar den ekologiska påverkan av mode- och textilindustrin och ger insikter i hållbar design och produktion.

