









我們對永續發展的承諾

我們的方法

2020 重點

我們的目的導向品牌

目標和進展

P.A.C.E. and Empower@Work

- Gap Inc. P.A.C.E.
- 授權@Work
- 人權與社會對話
- 在COVID-19期間支援我們的供應鏈

16 人才發展

> 平等與歸屬 17

員工參與 和 社區衝擊

This Way ONward

23 在 COVID-19 期間幫助我們的員工

25	水資源管理
27	女性和水資源
29	化學品管理
30	環境和能源管理

可持續材料採購

循環和廢棄物

33	永續發展管理
34	負責的業務實踐
36	利益相關者參與
37	產品生命週期
39	ESG附錄和前瞻性聲明

40

#### 關於 GAP 集團

Gap 集團於 1969 年在舊金山創立,擁有一系列目標導向的生活方式品牌,主營女性、男性和 兒童服裝、配飾和個人護理產品,旗下品牌包括 Old Navy、Gap、Banana Republic 和 Athleta •

我們的 Athleta 品牌是獲得認證的共益企業,透過符合跨社會和環境績效、問責制和透明 度的嚴格標準,展現我們利用企業作為善的力量的堅定承諾。我們修訂了 Athleta 的法定章 程,成為特拉華州公益公司,進一步堅持品牌對人員和地球的承諾。2021 年,我們利用產品 組合及其平台的力量,將 Janie and Jack 和 Intermix 同時出售,專注發展我們以目標為導 向、價值數十億美元的四個生活方式品牌。

截至 2020 年會計年度結束,我們已在約 30 個國家/地區有相關設施的約 800 家供應商採購 自有品牌和非自有品牌的商品。

截至 2021 年 1 月 30 日,公司擁有大約 117,000 名兼職和全職員工。Gap 集團業務遍及全球 40多個國家,擁有自營門市、特許經營店,以及電子商務網站。

深入瞭解

>年度記錄

#### 關於此報告

本報告涵蓋 Gap 集團於 2020 年會計年度的全球營運狀況,除非另有說明,否則該會計年度係於 2021 年 1 月 30日結束。我們上一份報告涵蓋了2019年會計年度,您可以在我們的網站查看我們過去的永續發展報告。

本報告的主要重點在於我們關鍵計畫的發展與行動、2020年會計年度在公司以及品牌目標方面所取得的進 展、2020年和2021年活動的準備狀況,以及在條件允許情況下提供趨勢和業務影響的分析。針對我們的許 多計畫,我們提供有關目標、營運和管理方法的詳細資訊,您可以透過各節中的連結訪問相關內容。

我們在準備本報告時會參考全球報告倡議 (GRI) 標準:核心撰項,並且會與永續會計準則委員會 (SASB) 架 構一致。Gap 集團致力於遵守聯合國 (UN) 全球盟約的十項原則,此報告則作為我們的進展報告 (CoP)。我 們尚未取得本報告的外部保證。

本報告中所包含的資訊係根據 Gap 集團截至 2021 年 1 月 30 日 (除非另有指明) 所獲得的可用資訊,基於誠 宫基礎所完成。鑒於預測和建模未來狀況所固有的不確定性,在解釋本報告中提供的資訊時應保持謹慎態 此外,本報告中描述的控制、流程、慣例和基礎 結構並未意圖構成此類控制、流程、慣例和基礎 結構將會導致既定目的或目標產生任何具體成 果、結果或成就的任何陳述、擔保或其他保證。

本報告中沒有佩戴口罩的人物照片是在 COVID-19疫情前所拍攝,或是根據CDC相關指 導和建議所拍攝。

如果對於Gap集團永續發展工作或是本報告內 容有任何疑問,請聯絡

sustainability@gap.com •

43

44

45

46

47

## 我們對永續發展的承諾

Gap 創立於 1969 年,成立當時只有一個簡單的 想法 - 讓大眾更輕鬆地找到一條具有多功能的 牛仔褲。此後的 50 多年來,公司已發展出 4 個 以目標為導向,價值達數十億美元的品牌,我們 最初致力於開發多功能服飾的承諾也已發展成 為捍衛平等、包容性和 永續發展的全球目標。

我們以創造顧客喜愛的產品為榮,同時為我們 的客戶、我們的社區和地球做正確的事。作為 公司創辦人, Doris 和 Don Fisher 成功願景的 重要環節之一是在全球為受到我們企業所感召 的人們和社區創造機會。在今日,我們比過去更 加勤奮工作, 诱過設定大膽目標、設計新計畫 以及與他人合作,不斷精進改善我們的產業, 使我們的企業更具永續發展性。

我們的每個品牌都做出堅定承諾以幫助我們實 現包容性設計的目標,並且由執行永續發展督 導委員會提供指導。我們意識到只有承諾並不 足夠,因此我們透過運用創新、跨產業合作以 及與專家組織和我們業務範圍所在社區的合 作,展示我們在目標達成和發揮影響的進展。

Gap 集團的每一個品牌都主導我們永續發展策 略的特定領域,讓他們有機會以嶄新、差異化和 有意義的方式深化與顧客的關係。他們的工作 由執行永續發展督導委員會進行指導,委員會 授權每個品牌擬定出符合其身分的策略,同時 追求有意義的環境及社會影響。

### 來自 GAP 集團執行長 SONIA SYNGAL 的訊息。

「為我們的家庭和顧客、社區和企業創造一個更 具活力和可持續的未來從未像現今這樣如此重 要。COVID-19 疫情已經明確表示迫切需要合作 與創新,以解決氣候變遷以及平等與機會的制度 性障礙。我們現今所面臨的挑戰並不亞於將近 20年之前,作為第一個發佈社會責任報告的服裝 零售商,我們首先清晰表達我們的目標,並致力 於分享我們的進展。

有意義的變革需要加上行動以及意願的配合,例 如我們已承諾與《聯合國全球契約》的其他簽署 人共同完成目標。每天在合作夥伴、供應商與支 持者的協助之下,我們利用品牌價值的龐大力量 成為世界上善的力量,從在 2050 年前達到氣候 中和,到與製造商合作以便在產品製作過程中節 省用水、要求供應商以數位方式支付員工薪資、 招募並指導下一代領導者、為全球供應鏈中的 800,000 多名女性提供必要的生活技能培訓等。

感謝與我們及領導本工作的團隊站在一起的合作 夥伴:感謝您為實現平等包容、用心打造的目標 而活。我們攜手合作為所有人創造一個更公正和 可持續的企業、產業和地球。







在Gap集團,永續發展是我們企業關鍵的優先工 作,也是激發我們潛能的動力。在做正確的事情 方面,我們一直走在最前面,作為擁有四個目的 導向,品牌價值數十億美元的全球領先服裝產品 組合之一,永續發展是企業的當務之急。

我們的旅程從公司創立者 Doris 和 Don Fisher 所 建立的價值觀開始,這也是我們一路走來持續探 索、傾聽和學習的途徑。一位與丈夫擁有相同股 權的女性創業者擁有獨特的商業觀點,進而帶動 公司長期的成功。這也是為什麼我們選擇誘過包 容性視角看待永績發展的原因。

我們有責任解決極為複雜而且彼此關聯的 系統 化社會和環境挑戰。在整個 Gap 集團,我們利用 「平等包容,用心打造」引導我們對於永續發展 的全面檢視,而永續發展的核心則是利用我們的 企業規模和品牌影響來改善人們的生活以及我們 業務所在的社區。我們在如何賦予婦女權力、實 現機會和豐富社區與環境方面已取得平衡焦點。

我們致力於發展業務,並且透過為生產產品的員 工提供安全、公平的工作條件,幫助我們在企業 間獲得權限與機會,並解決整個價值鏈對環境的 影響以達成這個目標。為了實現這些目標,我們 相信我們會採用一種多執行緒的方法,在全行業 合作中取得成功,解決我們擁有和營運的設施所 造成的影響, 並讓顧客和員工參與建立一個更可 持續的世界。

我們的計畫有三個重點領域,這些領域的結合將 可幫助我們建立可永續發展的生態系統:

#### 賦予婦女權力

我們的業務由女性所帶動,她們大多數是顧客、 主管、員工和服裝供應鏈,同時我們正在進行領 先業界的投資,確保她們獲得權力並且充分發揮 潛力。

#### 創造機會

創造可持續的經濟以及平等與包容的文化,意味 著我們利用企業的資產和規模來獲得機會。

#### 豐富社區

Gap 集團致力於在 2050 年之前實現碳中和水資 源正效益,淘汰我們價值鏈中的一次性塑膠,支 持循環再利用經濟以保護自然資源,確保為後代 子孫提供健康的社區。



這些問題對我們的企業至關重要,我們認為無 論是诱過公司品牌間的合作、公私合作夥伴關係 或是與我們行業的合作,我們都能發揮最大的影 響。您可以在本報告中閱讀有關我們在這些問題 上取得的持續進展,以及我們為實現遠大目標而 制定的策略。

我們的策略符合國際永續發展議程, 並遵循包括 聯合國工商企業與人權指導原則、聯合國永續發 展目標 (SDG) 和 《巴黎協議》 中關於氣候變遷在 內的架構。

隨著氣候變遷為美國西部蔓延的野火推波助瀾、 體制上的種族不平等使得數百萬人走上街頭抗 議,以及疫情導致全球經濟大蕭條,2020年提醒 我們,這是我們所有人都需要面對的情況,相互合 作和共同努力是至關重要的。Gap 集團感謝我們 在企業界、公民社會和政府方面的合作夥伴,包括 跟我們一樣已簽署聯合國全球契約(UNGC),支持 永續發展未來的夥伴。透過共同努力,便能增強復 原力,創浩變革。

在 Gap 集團,永續發展是支撐整個企業的力量, 在確保未來方面扮演極其重要的角色。我們的顧 客想要穿出自己的價值。我們堅信,我們能夠為 顧客創造令人驚異的產品和體驗,同時確保我們 創造機會和欣欣向榮的社區。

Sally Gillizan

Sally Gilligan Gap 集團 企業成長轉型長



EMPOWER@WORK

與 BSR HERproject、CARE 以及 ILO Better

Work合作成立 Empower@Work, 利用知識、

技能和網路,推動為全球供應鏈中女性作業員 的利益和性別平等而採取的集體行動。

為了解決性別平等問題, Gap 集團確立了四個

新的2025年女性賦權目標,旨在實現工作場所

的性別平等和解決基於性別的暴力問題。

58%

的高階主管是女性,許多公司這些職位 「一般」被男性所佔據。

P.A.C.E. (個人提升和職涯發展計劃)

804K +

截至 2020年, P.A.C.E. 有804,000 多名婦女和 女孩,包括近200,000名女性服裝作業員。

65萬

透過美國國際開發署 (USAID) 和 Gap 集 團女性與水資源聯盟,我們改善了印度 650,000 名棉花種植 和紡織製造社區人員 的飲用水使用和衛生條件。



供應鏈 89%

的製造設備以及80%的策略工廠已完成 Higg 工廠環境管理模組 (FEM) 指數。

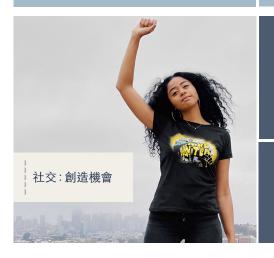
39%

2020年年底啟動的太陽能和風力計畫, 使得我們自有和運作設施的 GHG 排放量與 2017年基線相比已經減少39%。

> 水資源 1.5B

自從 2019 年開始 Arvind 水資源 合作夥伴關係以來,已經節省超 過 15 億公升的 水資源。2

轉移了13%的一次性塑膠廢料。

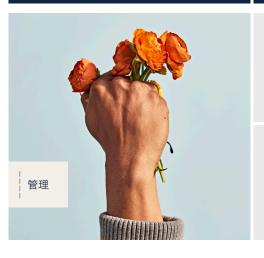


912

WayONward於2020年聘用了912名 青年,並且可望在2025年達到5%為 入門級店鋪員工的目標。

#### 機會招聘

2021 年全新的合作夥伴包括 難民帳篷夥 伴關係 (Tent Partnership for Refugees) 和第二次機會商業聯盟 (Second Chance Business Coalition) •



名董事會成員:10名為獨立董事, 當中有5名是女性,有3名是有色人種。

## 董事會監督

對 ESG 目標和策略具有充分監 督權的董事會級委員會。

1. 包括:支援社區擬定農村水資源安全行動計畫、協助政府進行自來水服務的規劃、資金和維護;催生管道連接、手動用水泵、貯水箱、雨水收集結構、飲水過濾器和廁所的小額貸款。 2. Arvind 水資源合作夥伴關係是 Gap 集團與 Arvind Limited 共同努力的成果。專案於 2019 年 11 月開始運作。引用的節省數據為 2019 年 11 月 2021 年 6 月的資料。

## 我們 的目標 導向品牌

我們發展以目標為導向、價值數十 億美元,對人類和地球有持續影響 的品牌。

我們的方法建立在我們豐富的女性 賦權歷史的基礎上,為人們在勞動 力和負責的水資源管理中取得成功 開啟機會之門。

我們的每個品牌都會在三個重點領 域進行領導力工作,使他們有機會 以全新的、差異化和有意義的方式 深化與顧客的關係。









Old Navy於1994年成立了第一家店鋪,目 前已經發展成為全球規模最大的服裝品牌



#### a more inclusive future

賦予婦女權力

#### 包容性

Old Navy 與 Gap 集團共同致力於為其員工、品 牌和社區謀福祉。為了支持流行民主並為所有人 設計服裝, Old Navy 為整個家庭提供 216 種尺 寸, 並打造中性系列產品, 從兒童到成人都有適合 他們的服裝。Old Navy 與 Open to All 的持續 合作,透過承諾向所有人開放保障顧客不會受到 歧視。

### a brighter future

創浩機會

#### This Way ONward

ThisWayONward (先前稱為ThisWayAhead) 為下一代領導者提供在職場中取得成功所需 的技能和自信。自 2007 年以來,該計畫已培育 出一批多元化人才。Old Navy 肩負在 2025 年之 前為弱勢青年提供 20,000 個工作機會的任務, 目前公司已實現一半的承諾,該計畫的畢業生將 近有 10,000 人。根據我們 2020 年的評估調查顯 示, This Way ONward 新進員工對於 Old Navy 有一 種歸屬感、感覺得到主管的支持,並且 對工 作感到興奮。

#### a greener future

豐富社區

#### 水資源

Old Navy 正在努力實現在 2022 年之前 100% 的 牛仔服均採用省水技術製造的目標。截至 2021 年 夏季為止, Old Navy 有91%的牛仔服飾系列都採 用了省水技術, 迄今已省下 10 億公升的水。

#### 紡織品

Old Navy正朝向在2022年達成100%的棉花可 持續採購的目標邁進,並致力於增加在牛仔服飾 系列中對於回收棉的使用。此外,品牌也努力在 2025 年之前將其 60% 的傳統聚酯纖維轉化為可 回收聚酯纖維。

#### 塑膠

Old Navy正在減少整個供應鏈上的塑膠廢料,在 2023 年之前,美國和加拿大的店鋪將不再使用所 有塑膠購物袋。Old Navy 正努力希望在 2021 年 年底前,其美國和加拿大所有的 Old Navy 門市都 參與一項衣架回收計畫,將使用過的衣架送至資 源回收業界而非垃圾填埋場。

此外,為了紀念 2021 年地球日 51 週年紀念日, Old Navy為51 名年輕人的支持地球GoFundMe 活動提供資金,並任命7歲的「RecyclingRyan」 擔任新的 Funcycling 負責人。

#### 深入瞭解

> Oldnavy.com/Imagine



Gap致力於減少用水、使用更可持續的 材料並且回收再利用。儘管知道永續發 展是一段旅程,但是品牌仍能持續取得 長足進步。從纖維到面料和工廠, 您喜 愛穿著的服飾都以負責地態度製作, 並且尊重我們所共同生活的地球。 這是 Gap 的使命。

「為了後代子孫的健康、工 作和遊憩著想,我們希望確 保他們能夠取得乾淨的用 水。許多棉花產區都經歷高 度的水資源壓力。水資源對 於公司產品製造者的健康和 福祉至關重要,而製造者以 女性佔絕大多數(80%)。1

Gap 品牌總裁兼執行長 Mark Breitbard 在 2021 年世界水資源日的聯合國全球契 約「企業執行長水資源管理」(CEO Water Mandate)



#### 賦予婦女權力

#### 水資源是人權

Gap 非常自豪能夠對於 USAID 和 Gap 集團女性 與水資源聯盟在 2023 年之前為印度兩百萬名棉 花種植和紡織製造社區的人們改善用水和衛生條 件的集體行動給予大力支持。

#### Empower@Work

COVID-19 最具破壞性的影響之一是使得全球的 職業婦女更可能丢掉工作, 並且承擔家庭支持帶 來的重擔。Gap 品牌承諾在 2025 年之前,100% 的工廠將參與 Empower@Work 這個計畫,該 計畫專注於建立和部署促進全球供應鏈中性別平 等的可持續、系統性和可擴展計畫,藉此提升未 來世代女性及其家人的地位。

#### 豐富社區

#### 美好世代 (Generation Good)

在 2021 年春季的世界水資源日, Gap 發表了其 最具永續發展的系列:美好世代 (Generation Good)。本系列是對 Gap 服裝的製造人員、穿 著服裝者以及地球的承諾。這款膠囊系列的牛仔 褲、T恤和運動服以下一階段永續發展為設計理 念,符合其優秀名單上的所有承諾:減少廢棄物、 減少用水、減少排放、優質材料和支援勞工。

#### Washwell

自 2016 年以來, Gap 在 Washwell 專案中繼續 其「Gap For Good」承諾,與傳統的清洗方式 相比,已協助節省的水量超過 4.02 億公升,足以 裝滿 8.04 億個水瓶。在 2020 年年底,91% 的合 格牛仔褲已經成為 Washwell 專案的一部分。在 2021 年秋季之前, Gap 可望達到 100%, 遠遠超 過75%的目標。

#### 循環

Gap 更新了對於艾倫』麥克亞瑟基金會 (Ellen MacArthurFoundation) 的牛仔服再設計 (Jeans Redesign) 挑戰的承諾,設計出嫡合循環經濟牛仔 服裝:製作出能夠再次製造,更耐用、更加可持續 牛產的牛仔服裝。

為了協助盡可能延長產品的使用時間, Gap 與 Give Back Box 建立了合作關係。顧客可重複使 用他們的郵寄袋,打包使用過的衣服、鞋類和配 飾,然後列印免運費標籤。所有捐贈的物品都會 被送至有需要的慈善機構。

#### 優質材料

2021 年, Gap 登記了紡織交易所 (Textile Exchange)的 2025年再生聚酯挑戰,挑戰內容 要求服飾品牌共同努力,將行業中再生聚酯所 佔百分比從 2019 年的 14% 在 2025 年前提高至 45%。Gap 正順利往此目標邁進。



#### 深入瞭解

> Gap For Good

### BANANA REPUBLIC

Banana Republic 的創立基礎奠基於充 滿冒險精神的想像世界願景之上。該品 牌從成立開始便一直支持夢想者,並且 頌揚存在我們所有人心中的開拓者、冒險 家和創意者。Banana Republic 忠於我 們富有想像的傳統,致力於創造一個包 容不同風格、可持續發展和充滿抱負的 世界;一個難以想像、出乎意料、凡事都 有可能的世界。

#### 豐富計區

BananaRepublic秉持其對於意識奢華的承諾, 重新啟動其永續發展網站,甚至在期限截止之前 便已超過它原本設定的一些目標。

#### 循環經濟

- 在其 2020 年系列所使用的材料中,有超過 60% 的材料來自於更具可持續性的來源,包括 在設計和製作時考慮到可回收性的牛仔服飾 風格。
- Banana Republic 與艾倫□ 麥克亞瑟基金會 (EllenMacArthurFoundation) 的牛仔服再 設計 (Jeans Redesign) 計畫合作,推出有機 棉牛仔服飾,這是根據循環經濟原則重新設計 牛仔服飾的一項挑戰。
- 該品牌推出 BR 復古膠囊系列,然後發表分別 從 1980 年代、1990 年代和 2000 年代系列精 心挑選的 225 件復古服飾。品牌將持續與第三 方採購商進行這項合作,這些廠商策劃了過去

數十年的復古服飾,並且已經在網路上推出自 己的復古系列。

• 此外,該品牌環與專門使用可持續的做法和材 料製作產品的行李箱品牌 Paravel 進行限量版 合作。

#### 水資源

- 品牌繼續探索創新的染色技術和水洗方法以達 到節水目的,同時也誘過例如生物-軟化劑、泡 沫染料、Washwell 以及 使用再生棉和有機棉 等創新技術以確保水路更加清潔。
- 品牌一直在節約用水方面付出巨大努力, 在2020年節省的用水量達到1,999萬公升。
- Banana Republic 還為致力於取得有機認證 的農場提供全部資金,以改善農民生活和改善 社區。

#### 原料

- 在全球負責任羊毛標準 (Responsible Wool Standard) 計畫下製作的BananaRepublic毛 衣和其他產品可協助保護供應羊毛及在放牧土 地的綿羊。
- Banana Republic 繼續評估並實驗其如何向 顧客傳達並教育有關其可持續性產品的資訊:
  - 意識術語
  - 意識奢華
  - 意識店鋪
- BananaRepublic致力於支援全球範圍內負責 任的皮革製造,是皮革工作組織(LWG)的成 員,我們為此感到自豪。

#### 深入瞭解

> Banana Republic



### **SATHLETA**

作為一間獲得認證的 B 型企業, Athleta 致力於運用企業作為實現其使命的善 的力量: 激發所有女性和女孩的無限潛 力。Athleta 透過其包容性、女性支持 女性以及環境影響等核心價值尋求進 步。2020年,Athleta首次在實現永續發 展目標方面取得實質性進展,並 對其為未 來確立的目標有了重要學習成果。

#### 賦予婦女權力

婦女動力基金 (Power of She Fund) 在2020年,女子體育基金會 (Women's Sports Foundation) 成立了婦女動力基金 (Power of She Fund),計劃在 2020 年到 2023 年之間,誘 過兩種類型的補助金提供 200 萬美元,用於改善 婦女和女孩的生活:

- 2020 年授予三個組織的「一起行動補助金」 (Move Together Grant) 幫助 女孩和女性 追求積極健康的生活方式,並創造 社區和歸 屬感。
- 2020 年發送給 10 名受助人的「全民健康」 (Wellness for) 補助金, 為有色人種的女性 企業家和致力於以更開放和包容的態度,讓 女性 BIPOC 群體獲得健康和健身的組織給予 支持。

#### 創造機會

#### 公平貿易

2020 年, Athleta 诱過持續的公平貿易縫紉合作 關係,為斯里蘭卡的服裝工人及其周圍社區提 供 232,000 美元的保費資金。員工們選擇將這些 資金用於當地學校的整修,並作為向各個家庭 提供的 COVID-19 相關財務援助。自 2016 年以 來, Athleta 已為斯里蘭卡員工提供 958,000 美元 的保險費。

#### 豐富社區

#### 再生能源

2020 年 12 月, Athleta 的太陽能農場在北卡羅 萊納州投入運作,幫助該公司在美國的營運足跡 達成 100%。這個在同類型電力採購協議中首見 的創舉是透過五家不同公司之間的跨行業合作所 建立。該企業可再生能源聚合集團將成爲大型異 地太陽能專案的主要承租人,打造一個新的、符 合成本效益以及可複製的模式,為尋求購買少量 電力的公司打開可再生能源市場方便之門。

### 深入瞭解

> Athleta



整體方向

承擔責任是我們實現永續發展方法的基礎。

以下表格總結了我們的關鍵目標、最新進展以及我們未 來的目標。所有目標年份均為會計年度結束。報告資料 統計至 2020 年會計年度 (2021 年 1 月 30 日)。3



3. 2020年所宣佈的所有目標在報告中都列為「新」目標,即使它們 2020年 10 月所發表的 2019年 Gap 集團全球永續發展報告中已經以新目標出現。 4. 工廠佔有公司總業務量的80%。

- 順利運作 需要關注
- 在 2020 年或 2021 年宣佈的新目標

•	目標已完成
	日际口兀队

賦予婦女權力與人權	目標 年	狀態	進展
透過 P.A.C.E. 使得 100 萬名婦女和女孩受惠	2022年	•	自 2007 年以來·已有 804,00 多名婦女和女孩
我們 100% 的策略工廠 <sup>4</sup> 都透過參與 Empower@Work 投資賦與婦女權利。	2025年	•	追蹤進行中
我們策略工廠所雇用的員工如果有任何意 見,可以透過性別平等工作場所委員會這樣的 代表來傳達	2025年	•	追蹤進行中
100%的策略工廠將在主管級職務實現性別均等	2025年	•	追蹤進行中
100%的工廠都有針對性別暴力提供預防和因應管理系統以及相關訓練	2025年	•	追蹤進行中
80%的Gap集團採購將分配給綠色環保評級的供應商	2025年	•	追蹤進行中
100%的 Gap 集團的一級設施以及二級策略工廠將參與整個產業的工作,包括社會勞動整合計畫 (SLCP) 和/或 ILO 工作改善	2023年	•	追蹤進行中

●順利運作 ●需要關注 ● 在2020年或2021年宣佈的新目標 ★目標已完成

創造機會	目標年	狀態	進展	平等與包容	目標 年	狀態	進展
每年透過This Way ONward 招聘5%的入門級店鋪員工	2025年	•	2020年,有 2.1% 的 Old Navy 入門級店 鋪員工是透過 This Way ONward 所聘用	美國總部辦公室中黑人與拉丁美洲裔各個階級的員工人數翻倍	2025年	•	追蹤進行中
有 20,000 名青年透過 This Way ONward 受惠	2025年	•	9,113 名青年參與自 2007 年開始推行 的計畫	美國地區店長職務由黑人員工擔任的比例增加了50%。	2025年		追蹤進行中



創造機會

豐富社區

管理

●順利運作 ●需要關注 ● 在 2020 年或 2021 年宣佈的新目標 ★目標已完成



豐富社區		目標年	狀態	進展			目標年	狀態	進展
水資源 2050 年之前缺水地 區的淨正向水	水資源恢復力價值鏈	2030年		確立基線和背景相關目標	氣候 在 2050	從2017年基線起,將採購	2030年		2020年範疇三資料將可於
	為2百萬人帶來力量-包括	2023年		追蹤進行中	年之前,我們的價值鏈達到	商品和服務中範疇三溫室氣體(GHG)排放量減少30%			2022 年取得
資源影響	1 百萬名婦女-改善取得 用水方式與衛生條件				碳中和目標	從2017年基線起,將範	2030年		從2017年基線起,我們的
	努力實現供應鏈中有害化學	2023年		7%的防水和防污產品是		疇一和範疇二的 GHG 排放 量減少 90%		2020年範疇一和範疇二排放量已減少39%	
	品的零排放: 100%的服飾 採用非 PFC 加工成品製成 產品採用 DWR/防污處理, 不含全氟碳化物 (PFC)			採用非 PFC 加工成品製成		從2017年基線起,為我們	2030年		在2020年,我們的能源
						在全球自有和營運的設施提供 100%的可再生電力			使用有 17% 是來自可再 生來源
			從2015年基線起,範疇一和 範疇二的排放量減少50%	2020年	*	在 2020 年,我們已達成從 2015 年基線起,範疇一和			
廢棄物和循環	淘汰一次性塑膠	2030年		追蹤進行中					範疇二的排放量減少 50% 的目標
	分流 80% 美國設施中來自 垃圾填埋場的廢棄物	2020年	•	無法取得2020年會計年度的資料	生物多樣性	不再使用自古老與瀕危森林 所採購的木材衍生纖維	2025年	•	98%的纖維素纖維量符合 我們的承諾
				有關第 40 頁的其他資訊		100%的棉花來源來自更具	2025年		54% 的棉花採購自更具永
						永續發展性的來源	2023 #		續發展性的來源





## P.A.C.E. 與 **EMPOWER**@ **WORK**

我們在 2007 年展開 Gap 集團個人提升與 職業發展 (P.A.C.E.) 計畫,與供應商設施 合作,為女性提供基本生活技能、技術培訓 和支援,以支持她們在工作和生活中的進 步。此後,我們將計畫擴展至社區環境和更 多國家。

2019 年, Gap 集團利用我們的 P.A.C.E. 計 書,成為 Empower@Work的創始會員 之一,連同BetterWork、BusinessforSocial Responsibility (BSR) 的 HERproject 和 CARE,在國際婦女研究中心 (ICRW) 的支持 下共同合作。Empower@Work 利用集體行 動的力量,透過使整個服裝行業的婦女權能 培訓和技能建立工作相一致,使女工能夠增 強業務實踐中的性別平等,並促進政策和系 統變革。Empower@Work 將專注於建立和 部署可持續、系統性和可擴展的計畫,以促進 全球供應鏈中的性別平等。

這些直接針對女性的標誌性計畫是 我們許多 其他目標的基礎,詳細內容請參閱第11頁。



#### 目標

## 達成

在2022年時,有100 萬名婦女和女孩參與 P.A.C.E.

### 100%

的策略工廠5在2025年之前都 诱過參與 Empower@Work 投 資賦與婦女權利。

我們將透過評估登記的女性員工至少 50% 的 工廠百分比,以衡量達成 Empower@Work 目 標的績效。我們將進一步評估工廠依據制度將 Empower@Work 作為 HR 管理流程一部分的程 度,包括它們如何向員工介紹,並且透過高層管 理展示對計畫的承諾。

2020年全球永續發展報告 15

在今日, P.A.C.E.有三大支柱: 工作場所、社區 和學術界。我們在全球的多個行業和社區環 境推行 P.A.C.E. 社區計畫, 並且與當地的非 政府組織 (NGO)、政府、品牌和學校合作。

2020 年, P.A.C.E. 計畫累積達到 804,000 多名婦女和女孩,其中僅在 2020 年就超過 199,000 人。我們還將 P.A.C.E. 工作場所計 畫與我們較大規模的供應商可持續發展計 畫整合,該計畫將 P.A.C.E. 的參與和績效納 入 Gap 集團供應商計分卡,供應商透過我 們發出的訊息可瞭解該計畫既是策略優先 事項,也是我們與他們建立商業夥伴關係時 抱持的期望。

我們誘過與包括政府及教育機構等機 構建立策略合作關係,持續在社區發展 P.A.C.E.。2020年,我們宣佈與印度農村 發展部 (MoRD) 建立為期三年的合作關 係。這項合作的契機建立在 2019 年我們

成功為 MoRD 提供引導的基礎上,當時有 2,000 名年輕人參與了印度喀拉拉邦和恰蒂 斯加爾邦的 P.A.C.E. 計畫。

賦予婦女權力與人權

同樣在 2020 年,我們柬埔寨初等教育行動 (KAPE) 和柬埔寨教育部,以及印尼的 CARE International 共同開展計畫,透過我 們針對青春期少女開設的 P.A.C.E. 課程,共 有12,547名少女參與計畫。

面對 COVID-19 的疫情,我們加快了在 P.A.C.E. 數位技術方面的努力。2019 年, 我們為 P.A.C.E. 訓練員發佈了線上學習平 台,並且在 2020 年迅速轉換為大型訓練員 數位培訓(TOT),線上提供數百小時的內 容。2021年,我們將開始開發一個更全面的 數位學習平台,可彈性地提供親自上課、混 合型熊和完全線上的課程。

您可以在我們的網站找到更多有關 P.A.C.E. 的資訊。



自 2007 年以來的進展

804.000+

婦女和女孩參與

5.000+

認證的P.A.C.E.訓練員

75%

的供應鏈供應商已承諾於 2022年實施 P.A.C.E. 培訓

# 2020 年影響



增加 溝通技能



增加 執行技能



增加 理財知識技能

3.38%

為接受 P.A.C.E. 培訓女性的流動率7 相較於其同事,流動率則為8.99%



### **EMPOWER @MORK COLLABORATIVE**

Empower@Work 的第一個輸出是開放資 源 Empower@Work 工人訓練工具集。工具 集可以按此處取得,已經被公認為服裝供應 鏈中賦與女性權力的最佳實踐課程。

在工具集取得成功的基礎上,Empower @Work 目前專注於建立有力實施和影響模 式,能夠實現女性的賦權規劃,在超越員工訓 練目標的同時,也推動為女性作業員帶來持 久、積極變化所需的系統和市場變革。

您可以在我們的網站中找到更多有關 Empower@Work 的資訊。

目標。

#### 2020 年進展

雖然 COVID-19 使得我們在舉行面對面培訓 計畫時受到限制,但是我們的 P.A.C.E. 計畫和 Empower@Work 夥伴關係都取得了重大進展。

我們知道 COVID-19 為許多替公司製造服裝的 社區都造成破壞性的影響。疫情對女性而言尤 其令人痛苦,在這段健康危機當中,女性更有可 能失去工作,並且需要承擔家庭照護和支撐的重 擔。這些社區及社區內的婦女需要數年時間才能 復原、修復和重建。

在面對損失的過程中,我們見證了我們的一些計 畫作為女性網路的力量,能夠在危機時期為其社 區提供支持。



## 人權與社會對話

我們在尊重人權和建立社會對話方 面採取全面性做法,以期建立一個 尊重勞工的彈性供應鏈。我們的目 標是設計、合作進行並且實施領先 業界的計畫,為整個產業的勞工和企 業帶來改變。



我們的方法從我們的人權政策和供應商行為準 則(COVC)開始。以上兩者均根據國際公認的 勞工標準和指導原則所建立,包括世界人權宣言 (UDHR)、聯合國工商企業與人權指導原則、聯 合國全球契約 (UNGC)、跨國企業經濟合作暨發 展組織 (OECD) 指導方針以及 ILO 的核心公約。

為了堅持這些政策並改善供應鏈的工作條件,我 們將重點放在以下兩個領域:

#### 評估和矯正

透過透明和夥伴關係,我們能夠改善勞工的福 利、保護人權、減少環境影響並且提升企業績效。

#### 能力培養

在與 ILO Better Work、供應商、非政府組織 (NGO) 以及其他人合作之後,我們制定了改善 員工代表和領導階層參與的計畫。這些問題涵蓋 了職場合作、管理能力和賦予婦女權力等問題。

有關我們的人權政策、管理方法以下針對下列關 鍵問題的解決措施,可以在我們的人權政策和方 法網頁上找到。

- 童工和年輕勞工
- 歧視與騷擾
- 薪資和福利
- 火災、建築和電氣安全
- 申訴機制
- 短期合約
- 人口販賣和強迫勞動
- 工時
- 人道待遇
- 結社自由
- 外國合約工和招聘
- 未經授權外包

#### 評估和矯正

透過我們的評估和矯正計畫,我們藉由自身評估 以及與 ILO Better Work 的合作,評估供應商是 否具備達成我們永續發展期望的能力。在我們向 其進行採購的國家中,我們的全球現場團隊會瞭 解當地勞工需求和設施績效並提供資訊。我們還 致力於採用例如社會勞動整合計畫 (第 35 頁) 等 全行業工具來評估工廠績效。

我們使用色彩編碼系統對每個設施的績效進行 評價。沒有嚴重的違規行為的高績效設施 會評為 綠色;平均績效為黃色;需要解決一個或多個嚴 重問題的設施為紅色。與「不合規」違規相比,嚴 重違規對設施評級會產生更大的負面影響。

新目標 到 2025 年, GAP 集團 80% 的 採購項目將分配給綠色評級的工廠

2020 年設施評級 659 個設施

2025年目標 80%

54%的綠色評級設施

45%的黃色評級設施

1%的紅色評級設施

我們嚴格的核准流程和定期評估可防止紅色評級 的設施進入我們的採購基礎,優先留意被歸類為 紅色評級的設施,並且更頻繁地重新評估這些設 施。如果設施或供應商未能解決持續的不合規問 題,我們將實施一個負責的退出計畫。此時將會 收到新訂單不會下單的通知,以便最大程度地減 少混亂情況。我們繼續監視該設施,並致力於解 決停用期間和停用後的待處理問題。

#### 新目標

### 100%

的 Gap 集團的一級設施以及二級 策略工廠在2023年時將參與整 個產業的工作,包括 SLCP 和/或 **ILO Better Work** 

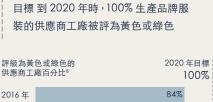
在 2020 年, 我們幾乎實現僅與黃色或綠色設施 合作的目標: 只有 1% 的設施被評為紅色,與 2017 年我們設定目標時的 16% 相比已經大幅下降。每 個設施在任何特定時間都有自己的問題,這也成 為可能導致紅色評級下降的因素。這種情況下,我 們提供了糾正行動計畫和實際時間範圍以解決任 何問題。

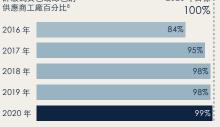
在 2020 年會計年度結束之前,85% 的 COV 問 題已獲得解決。透過將此工作整合到我們的採購 決策中, 並專注在首選供應商, 我們能夠更有效、 更可持續地解決 COVC 違規問題。我們專門的 供應商永續發展團隊針對全球採購員工的培訓 項目包括:人權政策和流程、建立對於 COVC 要 求的意識,以及透過內部合作管理供應商的績 效。我們還會透過訓練和教育協助關鍵供應商落 實措施,以防 COV 問題發生。

#### 社會勞動整合計畫 (SLCP)

作為 SLCP的簽署方, 我們針對如何衡 量和改善全球供應鏈中的工作條件提 供一些支援方式。SLCP 的資料收集工 具可評估整個供應鏈中製造設施的社 會和勞動績效,並減少行業工作的重 複性。

Gap 集團支援在 Better Work 評估中 更廣泛地採用 SLCP 工具,並且從 2021 年 6 月先從印尼、孟加拉和越南等國開 始試辦。我們持續在整個供應鏈上實 施該計畫,鼓勵供應商對其社會績效負 青。我們已經設定目標,希望在2025年 時我們的所有一級設施和2級策略工廠 都參與整個行業的努力過程。







#### 能力培養

我們與所有品牌服裝供應商及其他關鍵利益相關者合作,在供應鏈中提供安全、公平和健康的工作條件。我們實施各種計畫以監控設施並且培養供應商能力,以協助促進工作條件的改善。我們會在適當情況下採用適合特定國家的方法。

#### IIO Better Work

Gap 集團是 ILO Better Work 計畫的創始成員,該計畫是我們關鍵採購市場重要的合作夥伴。Better Work 採取勸導方式以監測和保護勞工的權利與福利,幫助公司和政府堅持 ILO 的核心勞動標準和國家勞動法。

我們同時還協助成立 Better Work 學院,該學院 負責訓練全球服裝品牌的員工,幫助其瞭解與社 會熱點相關的關鍵問題。這使得參與計畫的公司 能夠向 Better Work 範圍之外的工廠提供訓練和 諮詢。學院已在 18 個國家/地區建立了 400 多個 設施,目前已經有八個品牌(包括 Gap 集團)參 與。我們透過分享看法並提供訓練教材(品牌可 針對各自計畫設計教材)積極支援學院的擴展。

學院使得設施能夠根據參與學員的反饋意見做出改進,而品牌可作為顧問和合作夥伴。根據加拿大約克大學最近的一項研究<sup>9</sup>顯示在勞動標準和企業績效方面都取得令人滿意的進展。我們將繼續擴大學院訓練單元所涵蓋的主題。

透過行業合作關係,我們還將開始追蹤共同工廠的社會對話指標,並宣導供應商引導的方法。

#### 職場合作計畫 (WCP)

設計 WCP 的目的旨在與 Better Work 建立合作 關係,促進勞工與管理階層之間進行對話,就加班與福利、洗手間衛生和員工餐廳伙食等一系列問題進行討論。計畫與遴選委員會合作,藉由勞工和管理代表的合作以改善勞資關係。由於意識到某些勞工在高級管理階層面前表達不滿會感到不自在,本計畫為參與學員提供溝通和協商技巧方面的教育。

2020 年,由於 COVID-19 的緣故,我們在能力培養計畫的規模有所縮減,未能達到成立 200 個設施的目標。在本年度稍晚繼續 WCP 計畫時,我們實施了一項新方法,工廠會安排一名訓練員,為20-30人的遠端團體提供線上課程。

我們希望更廣泛地採用這種混合的授課方法, 以便在設施存取訓練的方式上繼續提供更大的 彈性。

我們持續擴展我們策略供應商擁有和授權的分 包設施,以期發揮更大的影響。

與 2018-2020 年 WCP 的勞工所提出的不滿

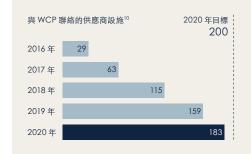
22,292

不滿情緒升高

88%

(19,635) 個問題在同一季解決

目標 到 2020 年,我們的職場合作計畫將達到 200 個供應商設施



這些資料是工廠每季透過任何機制 (即建議信箱、雙邊委員會、工會 熟線/服務專線、行動應用程式、HR 或主管或是外部方) 提出報告。

#### 新目標

## 100%

策略工廠所雇用的員工在 2025 年時 可以透過性別平等工作場所委員會 代表來傳達任何意見

我們將透過評估成立工作場所委員會並且擁有性別平等代表(可反映設施整體勞動力的性別平衡)的工廠百分比,藉此衡量我們的績效。我們還將要求每年至少有70%的 Better Work 社會對話指標能夠達成。自2016年以來,我們已經在11個國家/地區設立183個設施(包括2020年所設立的15個)。

#### 勞動力參與計畫 (WEP)

我們使用 WEP 瞭解員工在工作時的感受,並授權 設施進行改善。這個由供應商主導的模式使用可 擴展的行動技術, 使得最能及時做出回覆人員能 夠直接傾聽員工的意見。到 2020 年底, WEP 已 透過行動參與工具在 48 個設施中進行,並且已 經透過早先重複進行達成的 100 個據點上建立起 來。為了進一步擴展計畫,我們正與越南、中國、 印尼和瓜地馬拉的供應商分享最佳實踐。

在區域研討會上,我們的供應商永續發展團隊說 明勞工參與如何為我們的供應商提供幫助,例如 減少曠職和人員流動率。此外,勞工還可以在向 上呈報前發現問題,並建議改進效率或安全的 方法。在因 COVID-19 而停工期間,我們在中國 的一些主要工廠迅速利用 WEP 與勞工溝通,這 是我們與其他設施共同採用的方法。

我們意識到有很多種方法可以衡量勞工的參與 度。為了加強品牌合作並避免使用重複的類似工 具,我們在 2019 年採用 Nike 的「參與度和幸福 感 (Engagement & Wellbeing)」調查,並在 2020 年收集了 25 份工廠回應。11 我們計畫分享 最佳實踐和資源以提升行業知識。

#### 新目標

## 100%

的策略工廠於2025年將在 主管級職務實現性別均等

#### 管理技能訓練 (SST)

2018 年,我們與 Better Work 共同推出 SST。這 項為期三天的訓練計畫協助主管和中階管理層改 善溝通方式、建立良好關係並且有效管理勞工。

除了生產效率資料外,我們還會使用主管和勞工 調查來衡量計畫的影響。這些資料有助於誘霧參 與學員認為訓練具有成效的程度多寡、是否會導 致任何行為改變,以及這些改變是否會影響生產 效率。

SST還為女性提供能力與自信以擔任領導職 位。根據我們的新目標,我們要求工廠將給予女 性訓練機會列為優先工作。在我們的策略工廠 中,女性大約占主管職位的 48%,占供應鏈勞動 力總人數的72%。

#### 累積性影響

4.271

接受訓練的主管

2020年有效參與者

### 157

八個國家的設施

我們將透過評估在主管職級中有性別平等代表的 工廠的占比,以及反映工廠勞動力總人數的性別 比,以衡量此目標所達成的績效。透過設定這個 新目標,我們致力於在策略工廠中培養該文化,讓 有自信、動力和技能能夠擔任主管職位的女性獲 得權力。





#### 數位薪資支付

2018年,我們為 100% 的一級供應商設定目標, 希望在 2020 年能夠從現金系統轉換至數位薪資 支付系統。為了支援我們的承諾,我們加入了聯合 國的優於現金聯盟 (Betterthan Cash Alliance, BtCA)。詳細瞭解Gap集團如何支援我們網站的 數位薪資支付。

截至 2020 年底,我們 96% 的供應商使用數位薪 資支付(行動錢包、銀行帳戶、簽帳金融卡和其他 數位化存取方式),同時我們在所有採購國家都推 出了相關計畫。我們未能達成 100% 的採用,因為 某些採購國家 (例如柬埔寨、海地和約旦) 對數位 薪資支付有法規或基礎設施方面的限制。我們正 與專家夥伴合作,説明我們應付這些挑戰,並將 繼續提供該目標的最新進展。我們還將繼續專注 於增加提供數位薪資支付機制的工廠數量。

普惠金融 (Financialinclusion) 需要擁有獲得金 融服務的權限,也需要瞭解如何使用這些產品和 服務。根據我們與BtCA和ILO Better Work合作 在約旦實施的先導學習成果,我們已將數位金融 知識課程新增至可用的 P.A.C.E. 課程。

目標 到 2020 年,100% 的一級供 應商都轉換至數位薪資支付 2021 年目標 支付數位薪資的一級供應商 100% 2017年 68% 2018年 2019年 92% 2020年

我們很高興地看到我們付出努力所創造的積極影 響。舉例來說,在印度,我們目前所有使用的設施 100% 都提供數位薪資支付,因此勞工的流失和 流動率也下降了 15-20%。

#### 性別暴力預防和因應

我們的性別暴力(GBV)預防和因應計畫是透過 Better Work 制定,它同時也是我們性別策略的 關鍵部分,有助於執行我們在身體、心理和性騷 擾方面的零容忍政策。

多年來,我們一直針對合作的設施進行定期評 估,發現與性別歧視和騷擾有關的嚴重違反行 為,但我們意識到僅憑藉稽查來發現和解決這些 問題環遠遠不夠。

2018年,我們加大了工作力度,與第三方專家組 織 (Better Work、CARE 等) 合作,提供意識訓 練和能力培養。在工廠經理接受意識訓練之後, 內部工廠訓練員能夠透過講師培訓課程中受益, 如此一來,他們便能夠為勞工提供有關 GBV 預防 和因應的深入訓練。

根據我們供應商永續發展團隊在印度和其他關 鍵採購國家開始的計畫,我們為所有工廠設定目 標,希望它們在 2025 年時能夠建立適當的 GBV 訓練、預防和因應系統。在 2023 年時,我們的目 標是確保我們工廠中的所有勞工每年都接受GBV 訓練。到 2020 年底,我們 75% 的工廠已完成意 識訓練, 並為一些勞工提供了有關 GBV 預防和因 應的深入訓練(在越南有 5,000 多名勞工,而在印 度有將近 100,000 名勞工)。

此外,我們還與工廠合作,審查並改善其 GBV 政 策。我們意識到訓練有其必要性,但是介入的程 度不足以有意義地解決此問題,我們目前正在尋 思與專家組織和其他主要服裝品牌進行合作, 以協助建立經證明可在整個行業大規模實施的 方法。

在 2020 年由於受到 COVID-19 在旅遊限制和封 鎖禁令的影響,我們未能在某些國家(例如印尼 和中美洲部分地區) 提供訓練。在能夠提供訓練 的地方(包括中國、越南和柬埔寨),我們利用講 師訓練模式設立了許多設施。對於所有設施,我 們將先進行三小時深入的研討會,然後進行後續 年度訓練計畫,根據每個設施的需要量身設計時 間較短的複習課程。我們正在進行基線、中線和 端線調查,以衡量我們計畫在 2021 年提出報告 的進展。

#### 新日標

### 100%

到 2025 年時,100% 的工廠都有針 對性別暴力提供預防和因應管理系 統以及相關訓練

我們將評估有 100% 勞工每年接受 GBV 預防和 因應訓練的工廠百分比,以評估達成目標的績 效。我們將進一步評估工廠功能性申訴機制的實 施程度,員工可以诱過該機制報告 GBV、騷擾 和 濫用事件。

## 在 COVID-19 期間 支援我們的供應鏈

許多在我們供應鏈中工作的人都居 住在受到 COVID-19 極大影響的社 區。為了確保他們的福祉,在這充滿 挑戰的時期,我們採取了數個步驟 為他們提供支持。

#### 鼓勵安全 工作實踐

我們供應鏈中工作者的健康與安全是我們第一優 先的要務。我們向供應商和工廠發送 COVID-19 準則,內容概述專門針對服裝製造量身定做的公 共健康和個人安全建議。本指導原則參考了由世 界衛生組織 (WHO)、ILO、美國疾病管制中心和 工人權利聯盟 (Worker Rights Consortium) 所 提供的建議。

#### 調整我們的社會 和勞動計畫

為了因應旅遊限制和封鎖禁令,我們希望確保 重要社會和勞動計畫的持續性,包括我們的 P.A.C.E. 計畫。對於關鍵的能力培養計畫,我們 提供虛擬研討會和數位內容。我們同時也繼續 支援保護勞工的相關職能,例如工廠雙邊委員 會。此外,這些措施使我們能夠繼續識別、評估 和因應人權風險。

#### 執行我們的 供應商行為準則 (COVC)

即使就 COVID-19 的背景而言, 我們也實施了重 要的 COV 標準,包括提供病假和其他相關福利、 功能性申訴機制、與非歧視性就業作法相關的要 求,以及與病毒相關解雇和強制休假的道德規 節實踐。我們還與採購國家中的全球及國家利 益相關者聯絡,瞭解 COVID-19 如何影響服裝作 業員,以及與非政府組織、工會和社區型組織合 作,以解決因疫情而加劇的任何勞工問題。

#### 合作為勞工提供 乾淨用水

疫情期間,我們繼續目前正在進行的投資和合 作,幫助供應商社區的人們獲得水資源、環境衛 生和個人衛生(WASH)產品和服務。這些合作 項目包括我們與美國國際開發署(USAID)針對 Gap 集團女性與水資源聯盟建立的開創性合作 關係,以及我們參與 WASH4Work 計畫的指導委 員會。若要閱讀更多有關正在進行工作的詳細資 訊,請參閱第33頁。

#### 支援在我們供應鏈 中的婦女

Gap 基金會為 COVID-19 應變基金提供支持, 這是一項支持供應商社區中婦女的合作行 動。該基金為當地組織和婦女團體提供資金,幫 助受到重創的社區從疫情中復原,並為婦女的經 濟恢復力、健康和福祉做出貢獻。



社交

# 創造機會

創造可持續的經濟以及平等與包容的文 化,意味著我們利用 企業的資產和規模 爲人們創造更多機會。

探索我們的計畫與夥伴關係如何為不同性別、種 族、年齡等多元化人才敞開大門。平等包容,用心 打造是我們公司的核心。我們的目標以及在合作 關係上的投資說明我們員工、顧客和我們服務的 社區所發生的具體變化。

我們持續專注於透過我們的標誌性計畫 This Way ONward 提供發展機會,確保員工具備所需 技能,與我們共同建立真正充實的職業生涯。我 們為社區提供支持的文化確保我們正在將我們的 包容性和機會價值觀傳播到辦公室和店鋪以外的 地方。

#### 本節內容

his Way ONward	25
才發展	27
2等與歸屬	29
員工參與和社區影響	30
ECOVID-19期間幫助我們的員工	31



整體方向 賦予婦女權力與人權 創造機會 豐富社區 管理

## THIS WAY ONWARD

作為我們人才發展做法的一部分,This WayONward (前身為ThisWayAhead) 為 下一代開啟了方便之門。This Way ONward 為年輕人(定義為 16 至 24 歲,未曾註冊入 學或參與勞動市場) 提供結構化訓練和寶貴 的第一份工作經驗的機會,以解決在就業時 的系統性障礙。計畫同時還會發展導師的領 導技能,幫助我們的公司保持競爭力。

2020年, This Way ONward 有了新的名字, 並且在我們的 Old Navy 品牌找到了一個新 家。透過與美國男孩女孩俱樂部 (Boys & Girls Clubs of America) 日益發展的合作關 係,也開啟與每個店鋪所在社區建立聯繫 的可能。The Way ONward 於 2007 年開始 運作,憑藉其前身 This Way Ahead 所奠定 的基礎,將支援 Old Navy 的「想像使命」 (Imagine Mission) 以創造下一代領導人。

2020年, This Way ONward 超越其 2020 年的招聘目標,12 聘用 912 名新進店面員工, 其中有90%的人自我身 分認同為有色人種。

在公司任職期間是同事和店鋪經理兩倍的前 任員工表示 This Way ONward 招募的員工 是績效最好的員工。根據我們 2020 年的評估 調查顯示, This Way ONward 新進員工對於 Old Navy有一種歸屬感、感覺得到主管的支 持,並且對工作感到興奮。

您可以诱過我們的網站瞭解更多有關 This Way ONward 的資訊。



表示自信有所增加



表示工作準備技能有所提升



表示軟技能有所提升

備註:在2020年由於能力限制,我們未對導師進行評估。

#### 目標與進展

目標 在 2025 年時, 每年透過 THIS WAY ONWARD 招聘 5% 的入門級店鋪員工

2025 年目標 5% 2017年 2018年 1.4% (1,107) 2.1% 2019年 (1,618)

2020年 2.1% (912) 13

目標 到 2025 年,有 20,000 名年輕 人透過 THIS WAY ONWARD 參與14

> 2025 年目標 20,000

2016年 2017年 3,900 2018年 5,677

2007年 0 (計畫啟動)

2019年 8,201

9,113 2020年



#### 2020 年進展

截至 2020 年會計年度結束, Old Navy 在北美地 區擁有 1,220 家店鋪,在提供實體店面的同時, 也可能激勵年輕人成為下一代的領導者。2020 年, Old Navy 為 This Way ONward 募集到 240 萬美元, 並誘過多媒體平台突顯青年失業危機的 嚴重性,包括與魯保羅 (RuPaul) 合作的電視廣 告,估計可達到4億次的瀏覽量。

計畫為 Old Navy 提供多元且可靠的人才來 源。2020年, This Way ONward 應徵者有55%獲 得錄用,而其他來源的應徵者則不到 10%。該計 畫還支援 Gap 集團的平等與歸屬目標,以期在我 們管道中實現多元化的代表。超過 1,000 名 This WayONward 校友目前是Gap 集團的員工,其中 大多數的身分為有色人種。

我們已將 This Way ONward 課目整合到 Gap 集 團的人才和社群招募行動手冊中。內容將教導我 們所有品牌和職能如何誘過與社區組織的合作關 係「聘用有潛力而不是有認證的員工」。

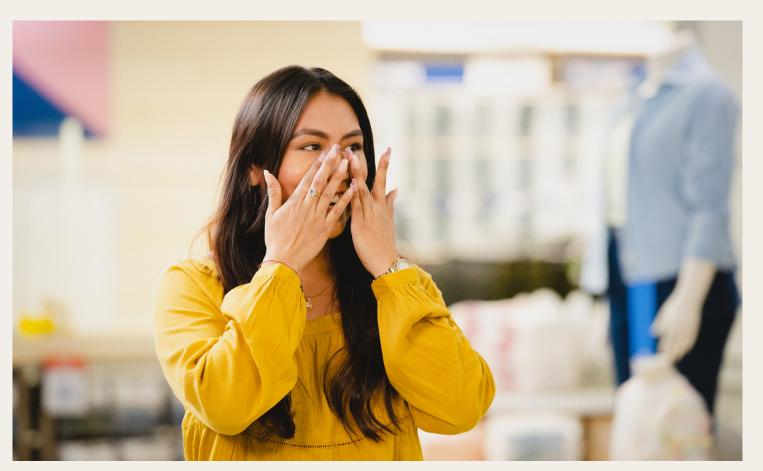
#### 我們如何適應 疫情

由於 COVID-19 的緣故, Old Navy 暫停了其 實 習課程,將重點放在 門市人員配置,以便為重新 開放做好準備。在門市關閉的同時,所有 17 個非 營利的夥伴組織發展出 一個虛擬社群,透過 對 於青年的線上訓練分享最佳實踐。這也推動了 100 多個虛擬 就業博覽會和團體面試的發展, 這是在 封鎖禁令期間與求職者建立實際聯繫的 創新方式。在 2020 年,有超過半數的 This Way ONward 人員是诱過這些招聘會招募而來,展望 未來,計畫領導者將確定 繼續使用它們的方法。

2020年, 備受矚目的員警 暴力案例和終結種 族 不公運動對 This Way ONward 社區帶來了影 響。由於對 系統性種族主義所帶來的痛苦和創傷 有深刻體認,我們的 計畫領導人和非營利合作夥 伴 探索一些方法,希望 诱過一對一的主動協助以 及 為員工提供心理健康資源,為我們的社區給予 支持。

15 年來培養的夥伴關係 建立了豐富的支援網路, 在2020年期間所面臨的互聯健康、種族不公和經 濟危機中顯得至關重要。例如,ThisWayONward 的創新夥伴 The Door 為紐約市休無薪假的門市 員工提供服務和支援。The Door 為 有需要的青 年人提供食物、衣服、個人照護必需品和使用技 術。他們在 疫情期間給予我們民眾的支援使得我 們自嘆不如。

隨著企業再次開放,我們高興 能夠把握由美國和 加拿大各地的 Old Navy 門市和 男孩女孩俱樂部 提供的機會。我們計畫應用 我們在 公司其他職 能中所學到有關招聘潛在員工 和社區招聘方面 的知識。我們同時正在制定 晉升途徑,以擴大 計 畫校友的參與,提供 持續支援和使用網路的權限 和技能,以強化 Gap 集團的多元性、公平性 和包 容性。



## 人才 發展

這些年來,我們建立在以員工優先 的基礎上,這增加了員工在工作時的 參與感,同時也為企業的價值做出 貢獻。透過建立職場文化並提供符 合 員工及其家人專業和個人需要 的 福利以實現此目標。

內容包括安排工作時間表,讓店內員工能夠更加 穩定、彈性並且維持工作與生活的平衡,同時提 供財務激勵。

我們的培訓計畫和資源均根據員工的不同程度 和需求量身定做,我們經常尋求意見反應,瞭解 員工的情況, 並更快速地回應員工的需要。在我 們從全球疫情中恢復並且展望未來之際,我們也 在創造一項工作體驗,讓我們更加貼近顧客和彼 此,同時憑藉以人才為中心的力量,協助以目標 導向的公司品牌持續成長。

25,927

市場傾向調查參與者 (回覆率為29%)

4,562

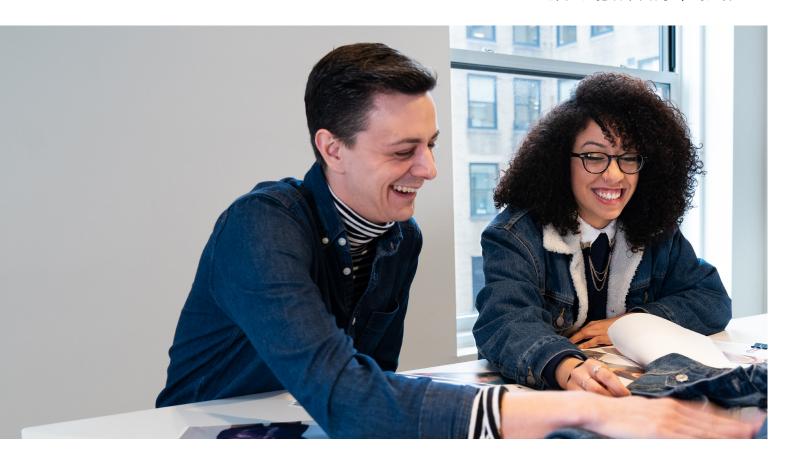
參加的總計學習課程 (LinkedIn Learning 為 3,774 堂)

93%的市場傾向調查參與者在 「我在這裡工作感到自豪」和 「在可預見的未來我仍然會待在 這間公司 | 方面給予平均分數。

2020年,我們繼續投資培育公司的新領導者,為 每位新領導者提供 40 小時的教育和團隊經驗, 並為100多名領導者提供個人輔導。

為了幫助員工因應 COVID-19 造成的影響,我們 提供了「StayWellandStayConnected (維持健 康並保持聯繫)」等課程,內容是有關如何在疫情 期間遠端工作、在家學習與工作之間取得平衡、 並且維持身心健康。我們涵蓋了近 50 個主題,每 個課程平均的參與率為500人。

有關我們如何支援和發展傑出人才的詳細資訊, 可以瀏覽我們的人才管理網頁。



#### 獎項



連續第三年得獎



躋身全球前 100 名最具 多元化和包容性的公司



連續第15年獲得滿分 評價

#### 2020 年進展

在 2020 年, 我們將工作重心轉移到維護員工的 安全、身心健康和福祉上。這意味著我們需要暫 停一些計畫以支持可以實際運作的核心措施,包 括我們針對高潛力入門級人才提供的輪值管理 計畫 (RotationalManagementProgram)、為 初次領導者提供的領導力基礎計畫 (Leadership Essentials Program) 以及中層領導者的輔導計 書。員工還可誘過 LinkedIn Learning 計畫持續 獲得發展資源。

我們還評估了我們的人才實踐,以符合我們建立 「工作的未來」模式,培養創新、合作和敏捷的 目標。我們對創造企業與顧客價值以及呈現最佳 工作成果的方式與地點有更深入的瞭解。此流程 的一部分包括檢驗員工體驗的各個方面,並制定 正確的工具、資源、政策和技術,以增強績效和聯 繫的文化。我們還重新構想公司辦公室的一些實 體工作空間,説明員工在員工開始工作時感到充 滿活力和力量。我們的目標是提供創新性工作, 實現我們的價值觀,吸引業內最優秀的人才。

隨著人才實踐的不斷改進,我們始終致力於為 Gap 集團所有員工提供平等與歸屬感。在 2020 年,我們做出數次投資,建立包容性的領導文化, 為所有員工培養歸屬感並且促進職場的公平。如 果要瞭解有關這些投資的更多細節,請參閱第9 頁以及我們的平等與歸屬 報告。

展望未來,我們期待將工作的未來策略展現在生 活中。诱過營造卓越的績效文化,我們將能夠讓 員工在發展品牌組合方面成為助力。

#### Tent

2016 年,一個擁有 170 多家成員公司的非營利 組織「帳篷難民合作組織 (Tent Partnership for Refugees) | 成立, 動員全球工商企業界接納難 民成為員工。Gap 集團於 2021 年在其顧客體驗 中心 (CEC) 率先試辦難民招募計畫,並探索在其 在美國的 CEC 營運中為難民提供可能的招聘機

Gap集團诱過其個人提升與職業發展 (P.A.C.E.) 計畫,為孟加拉、約旦和土耳其的難民婦女提供 生活技能教育和技技術訓練,計畫成立的宗旨在 於為服裝行業的婦女提供職業發展和支援。

#### 第二次機會商業聯盟

(Second Chance Business Coalition) 我們相信,每位應徵者都應當獲得在本公司工作 的機會。我們的背景審查計畫與當地組織合作, 協助引導應徵者完成個人化評估流程。此外,背景 審查 計畫環協助資助為 本社區處於社會邊緣者 提供服務 的獨立組織參與者,無論他們是否是從 人口販運中脫挑、剛剛出獄或之前 曾經與幫派有 所牽連。

2021年4月,我們加入了第二次機會商業聯盟, 該聯盟為有犯罪記錄者提供就業和職業發展的福 利。這使得我們能夠在確定的工作優勢下帶領進 行第二次聘用, 並從其他大型企業主中學習,以 進一步提升我們的工作。





2025 年平等與 歸屬承諾

承諾 1 我們的員工

到 2025 年時,我們在美國總部辦公室中各個階 層的黑人和拉丁人員工代表人數增加一倍,美國 地區擔任店長職務的黑人員工代表增加50%。

#### 承諾2我們的顧客

我們將制定專門的產品包容性策略, 並且特別關 注黑人和多元化的消費者。我們將與更多黑人和 拉丁人才合作,在創意和市場行銷中擴大不同的 聲音,同時我們的品牌將繼續誘過真誠地服務所 有顧客和社區以展現他們對一切開放 的態度。

#### 承諾3我們的社區

我們透過實習、我們的 This Way ONward 計畫 和其他合作關係,以支持我們在管道計畫中提供 多元化代表, 達成在 2021 年之前增加黑人人才 代表的目標。我們也會支援並影響工作以終結種 族不平等、打擊不平等並且促進經濟包容。

2020 年進展

2020年,我們公開概述了 2025年平等與歸屬承 諾,為新的種族平等議程奠定基礎。

自從做出承諾以來,我們已將平等與歸屬團隊從 3 個攜增至 20 個。我們同時建立了新的平等與歸 屬政策,打造我們的零容忍政策 (Zero Means Zero Policy),政策內容禁止歧視和騷擾,能 **夠為我們的員工創造一個包容、平等和公正的** 環境。

此外,我們還針對三項承諾中的每項承諾制定了 穩健的策略,對於目前取得的最新進展感到極為 自豪,從發起可搭配各種膚色的基本款服飾單 品,到支持為來自 BIPOC 社區或是有犯罪記錄的 創意者提供機會(包括帶薪實習)的措施。您可以 在我們平等與歸屬報告中閱讀有關我們的進展。

平等與歸屬網路群組

Gap 集團平等與歸屬網路群組是指由員 工主導,公司贊助,代表來自不同背景員 工所組成的社群。

API@Gap Inc.

亞洲與太平洋島民,先前為亞洲 (ASIA)

BLACK@Gap Inc. 先前為 AANG

HOLA@Gap Inc.

PARENTS@Gap Inc. 先前的 Gap 母公司

PRIDE@Gap Inc. 先前為 GEAR

VETERANS@Gap Inc.

WOMEN@Gap Inc. 先前為 GapWIL

成就和重點

62%

的 2021 年輪值管 理計畫課程極具多 元化,參加者32% 為黑人和拉丁人

99.7%

在副總裁層級以 下的所有職位描 述中,99.7% 刪 除了學歷要求

50 萬美元

捐贈超過 500,000 美 元,用於援助傳統黑 人大學 (Historically black colleges and universities, HBCU) 的設計教育

在美國各地舉行了7 場 CEO 聆聽講座, 有100多名黑人和 拉丁員工參加

訓練

進行員工必須參加 的種族平等和隱性 偏見訓練課程

包容

诱過我們的品牌 Banana Republic > Athleta · Old Navy 和 Gap 打造具有包容 性的全新系列和設計

合作夥伴關係











## 員工參與和 社區影響

我們每年都會努力加強我們社群 參與的優良傳統, 這是一種深植於 公司文化中的精神, 诱過 Gap 集團 的 Gap 基金會支持和夥伴關係或 是員工捐款和志工活動提供的捐 款,為社區帶來積極影響。

公司允許我們的豁免員工每月可利用 5 個小時的 「上班時間」擔任志工,並且配合金錢捐贈,讓 他們能夠以最適合他們的方式支持他們關心的 事業。



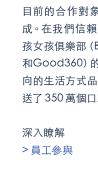
#### 2020 年進展

疫情以及同期及持續發生的種族不公危機, 突顯我們員工在 2020 年所展現的奉獻精 神。我們的全球團隊總共為37個不同的非政府組 織提供支持,直接捐款金額超過1400萬美元。提 供的支援送達以年輕人導向的組織,如美國男孩 女孩俱樂部 (Boys & Girls Clubs of America) 以及支持種族正義的組織,包括美國全國有色 人種協進會(NAACP)、EmbraceRace、停止仇 恨亞太裔 (Stop AAPI Hate) (致力於防止對亞 裔美國人和太平洋島嶼居民的歧視和仇恨事件 的組織),以及全美亞太裔美國人社區發展聯 盟 (NationalCoalition for Asian Pacific American Community Development) •

雖然封鎖禁令使得親自參加志工的情況較為困 難,但是有 24,000 名員工(占我們所有員工人數 的 21%) 仍放棄超過 160,000 小時的志工時間 尋找新的方法來提高意識並慶祝他們的努力。我 們在 2020 年 3 月世界水資源日進行的「為水而走 (WalkforWater)」活動期間,有4,800名員工前 往他們鄰近的街道和小徑,為 WaterAid 組織募集 12,000 美元。在我們的虛擬義工集結會方面,來 自 17 個國家的 20,000 名員工達成總計 60,000 個 日常從事的小型活動,主要集中在四個主題之一: 環境、公民參與、平等與歸屬以及隨機的善意行 為。將近200名員工超越要求,完成了全部16項 挑戰。為了紀念主題的達成, Gap 基金會向喜願基 金會 (Make-A-Wish Foundation)、WaterAid組 織、Rock the Vote 組織和 CARE 組織捐贈了總計 55,000美元。

為了支援受到疫情影響並且有財務需求的人 員, Gap 基金會向全球非營利組織提供超過 100 萬美元的補助金,包括長期的NGO合作夥伴、位 於舊金山和紐約(我們的總部所在地)的當地組 織以及例如聯合國基金會的 COVID-19 團結應對 基金等國際組織。

Gap集團每年的企業捐贈都包括產品捐贈。2020 年,我們向聯合國難民署 (UNHCR) 捐贈了600 萬件衣物,幫助布吉納法索、黎巴嫩和亞美尼亞 許多流離失所的難民。本次捐贈是由 Gap 集團 目前的合作對象 Good360 非營利組織協助促 成。在我們信賴的非營利合作夥伴(包括美國男 孩女孩俱樂部 (Boys&GirlsClubs of America) 和Good360) 的協助之下-Gap集團以目標為導 向的生活方式品牌組合向全美各地的社區組織發 送了350萬個口罩和面罩。





全球疫情迫使我們關閉Gap集團 的門市,並為美國總部的許多員 工制定新的在家工作政策。

為了確保公司員工、顧客和社區的健康與安全,我 們密切配合當地政府的準則(如果適用),並且應 用我們內部的最佳實踐。門市重新開放後,我們 實施了強化安全措施,包括強制規定員工和顧客 必須佩戴口罩、保持人身距離、結帳處設置健康 防護裝置,並且增加清潔和衛生。

我們還成立可為員工提供現金補助的 Selvage 基 金,幫助員工解決失業問題,並為遭遇財務困境的 員工提供支援。Gap 基金會和 Fisher 家族的 150 萬美元捐款使得資金得以發放,在2020年12月, 向 1,600 多名 Gap 集團員工提供了超過 840,000 美元的救濟金。員工也能夠為捐助該資金。此外, 我們還建立了一個線上資源中心,讓所有員工都 能輕鬆獲得資源和政府福利。

我們擴大了計畫和福利,以支援員工的身心健 康和福祉。其中包括我們新的 Be You, Be Well 福利計畫(可透過計畫提供獲得諮詢和推薦機 會),以及「保持健康 + 保持聯繫」(Be Well + StayConnected) 的演講者系列,內容包括思想 領袖、引導式冥想計畫和免費健身課程。

如需瞭解我們如何因應 COVID-19 對供應鏈的影 響,請參閱第23頁。

為了支援擔任照護角色的員工,我們與員工資源 團體 PARENTS@Gap Inc. 合作推出數項新資源 (已在側欄列出)。



#### 支持在職父母和照護者

#### Circle In 入口網站

透過與專門為 Gap 集團所設計的 Circle In 建立全新的合作關係, 為在職父母提供 資源和資訊,包括辦公室外育嬰假的電子 郵件範本,以及關於 Gap 集團同事如何 兼顧工作和家庭生活的感人故事。

#### 育兒補助

我們透過福利提供者 Bright Horizons 為 兒童保育提供財務支援。2020年, Gap 集團每天可提供父母補助費用(最多 10 天),父母可以利用這些補助支付保姆、 親戚或鄰居的育兒支援費用。2021年,我 們將補助期限延長至15天。

#### 建構網路

PARENTS@Gap Inc. 透過內部聊天平 台和更為頻繁的時事通訊,為聯繫和點 對點支援創造了新的機會。PARENTS@ Gap Inc. 還與另一個平等與歸屬團 體 BLACK@Gap Inc. 合作,主辦了 「Embrace Race (擁抱種族)」和 「Conscious Kid (有意識的孩子)」網路 研討會,針對如何與子女討論種族和種族 主義進行研討。

2020年, PARENTS@Gap Inc. 會員從 400 人增至折 800 人。團體 - 以及 Gap Inc. 的累進福利(包括我們延長的帶薪 育兒假)已經在公平、性別和領導力中 心的出版刊物 Supporting Dual Career Couples: An Equity Fluent Leadership Playbook (支持雙薪夫婦:公平流暢領導 力手冊) 成為特別強調的個案研究。

### 環境

# 豐富 社區

Gap 集團致力於在 2050 年之前實現碳中和 水資源正效益,淘汰我們價值鏈中的一次性 塑膠,支持循環再利用 經濟以豐富與保護自 然資源,確保為後代子孫提供健康的社區。

保護我們的地球對我們永續發展的企業策略而言至關重要,也是公司未來的核心。對氣候的破壞和水資源短缺的急迫性是超越國界的全球性挑戰,對於全球各地的人們和社區都造成影響。

為努力達成我們遠大的目標,我們每天都有所行動,包括將可持續性納入產品設計,並與企業、非營利組織、政府及社區組織合作,在打造欣欣向榮的地球方面善盡自己的一份力量。

#### 本節內容

水資源管理	3
女性和水資源	3
化學品管理	3
環境和能源管理	3
可持續材料採購	3
循環和廢棄物	4



## 水資源 管理

我們正從策略上著手,在產品設 計和製造過程中更有效率地用 水。我們的目標是消除化學品對水 的污染;提高意識以及取得用水和 衛牛條件, 尤其是女性: 投資商機 建立社區水資源復原力,促進水資 源創新。

作為水資源恢復力聯盟創始成員,我們承諾支持 其希望在2050年時達成的宏大目標:

- 缺水地區的淨正向水資源影響
- 用水韌性價值鏈
- 全球領導力提升水資源復原力的企圖

若要瞭解更多有關我們與供應商合作的方法、我 們的行業合作關係,以及我們為加強水資源管理 所使用工具的資訊,請造訪我們的網站。

#### 我們的重點領域

我們的計畫和合作旨在應對不同的水資源挑戰, 動員更廣泛的商業行動,提高對於這些關鍵問題 的意識。我們專注於三個重要領域:

#### 女性 + 水資源

诱過美國國際開發署 (USAID) 和 Gap 集團女性 與水資源聯盟(請參閱第34頁)以及我們的個 人提升與職業發展 (P.A.C.E.) 計畫 (請參閱第 16 頁),改善印度棉花種植和紡織製造社區婦女取 得用水、環境衛生和個人衛生(WASH)的服務。

#### 資源效率與製造

透過專注於能源、用水效率和水質的計畫,為紡 繼廠、裁剪車縫設施和洗衣店提供支援(請參閱 第46頁)。

#### 原料和產品

利用我們所有品牌的節水創新,並在可能的情況 下轉換成對水質或水量有益的原料(請參閱第 46頁)。

由於表揚我們在管理水 資源安全相關的風險和 機會方面的努力,我們在 2020年獲得CDP Water 給予的 A- 評分。



製作我們公司服裝的作業員絕大多數是 女性,因此使用和取得用水、環境衛生 和個人衛生(WASH)服務對我們關鍵 採購國家的許多女性來說都是一個重 大挑戰。由於這些社區的婦女對烹飪、 清潔和收集用水等家庭職責負有主要責 任,因此在面對缺水問題時,她們會承 擔過多的壓力。

作為種植棉花和生產紡織品重要據 點的印度情況尤其是如此。我們誘 過美國國際開發署和 Gap 集團婦女 與水資源聯盟(一項價值 3200 萬美 元的民間參與公共建設),我們與 CARE、Water.org、WaterAid 和可持續 社區研究所合作,為容易缺水的恆河、 哥達瓦里河和訥爾默達河流域改善棉花 種植和紡織製造社區的婦女獲得 WASH 服務的機會。



授權

### 650,000

人取得飲用水和衛生條件獲得改善。其中包括支 援社區擬定農村水資源安全行動計畫、協助政府 進行自來水服務的規劃、資金和維護;催生管道 連接、手動用水泵、貯水箱、雨水收集結構、飲水 過濾器和廁所的小額貸款

超過

### 41,000

名在棉花種植社區的婦女在2020年誘過 P.A.C.E. 接受有關 WASH 實踐訓練 (自 2017 年以來已經有超過115,000名女性接受過訓練)

已籌備超過

### 1.000

項農村行動計畫與印度國家和當地政府在水資源 取得方面進行合作

催生

## 330 萬美元

诱過 18,000 多筆小型貸款獲得 WASH 融資 (或自 2017 年以來在 33,000 筆貸款中累積 640 萬美元)

超過

### 3.000

位農民由於接受過用水訓練而採用水資源管理 最佳實踐

#### 2020 年進展

COVID-19 的疫情突顯出 WASH 作為防止疾病和 病毒傳播的關鍵防禦措施的重要性。在美國國際 開發署 (USAID) 和 Gap 集團婦女與水資源聯盟 計畫因封鎖令而暫停活動的六個月期間,計畫負 青人和參與者進行了有關洗手重要性的教育活 動,以藉此減輕 COVID-19 的傳播,並且縫製了 15,000 多個手工製作口罩以及將食物分送給有需 要的人。

有關美國國際開發署和女性與水資源聯盟合作關 係的更多資訊,請造訪我們的網站。

新目標

## 賦與權力

到 2023 年,有 200 萬人 (包括 100 萬女性) 透過美國國際 開發署和Gap集團婦女與水資源聯 盟改善了用水和衛生條件。

#### 資源效率與製造

由於許多水資源問題都需要根據當地情況而定, 因此我們已根據世界資源研究所的輸水道水源風 險地圖 (Aqueduct Water Risk Atlas) 繪製出所 有首選設施(代表我們企業的67%)地圖,以幫 助我們確定優先的重點區域。

我們還與服裝影響學院 (Aii) 和清潔紡織夥伴關 係 (PaCT) 合作,在平台上與飛行員合作,説明設 施減少水分。同時诱過我們的水資源品質計畫, 我們積極地監測和改善牛仔面料洗滌的廢水品 質。計畫已演進為將化學品管理包括在 內,這是 水資源品質的關鍵組成(請參閱第36頁)。

Gap、Athleta、Old Navy和BananaRepublic等 品牌正在透過計畫的擴大減少對水的影響,例如 牛仔面料適用的 Washwell<sup>TM</sup> 計畫可將成衣後處 理時的用水至少減少20%。

#### 亮點

### 超越

### 2020

年目標為紡織廠和濕處理合作夥伴節省 100 億公 升的水,自2014年以來已節省約113億公升的水

### 89%

的一級和80%的策略二級供應商使用Higg指數 3.0 的生產設施環境模組 (FEM) 來衡量其環境和 可持續性績效

#### 2020 年進展

透過我們的工廠永續發展計畫(Mill Sustainability Program),我們進行了三項 關鍵的全行業工作以幫助我們實現可持續性目 標:可持續服裝聯盟(SAC)、危險化學品零釋放 (ZDHC) 和社會與勞動融合計畫(SLCP)。我們 的策略工廠需要參與,使我們能夠與行業標準 相一致,提高透明度並推動創新。

到 2020 年底,我們所有製造設施和 70% 的策略 工廠都已完成 Higg 指數自我評估,以傳達其水 資源和能源使用以及化學品和廢物管理。280間 設施驗證了它們的回應。在 2013 年到 2020 年之 間,總共有71間設施參與我們的環境效率計畫, 節省超過 75 億公升的用水以及 140,277 公噸的 二氧化碳當量(CO<sub>2</sub>e)。

為了在 COVID-19 期間為供應商提供支援,我們 想出一些方法 使得水資源管理計畫 得以運作,而 且無需費用。例如, Aii 為 5 個設施推出了自由碳 領導計畫,同時我們與施耐德 電氣公司簽署合作 關係,為 178 家 供應商提供自由可再生能源。我 們還將 原本將於 2020 年結束的資源效率計畫延 長,預計在 2021 年將完成 22 個設施中的 5 個 計書。

此外,我們鼓勵供應商自行報告結果和環境計 畫,或提交政府測試結果,而不是針對我們的水 資源品質計畫要求進行第三方測試。在我們工廠 和洗衣廠網頁上探索我們如何改善環境實踐並 且惠及社區。



## 化學品管理

我們致力於消除供應鏈中有害化學 品的排放,以減少我們的環境影響, 並改善供應商設施和工廠營運所在 社區獲得清潔安全用水的情況。

我們也正在努力逐步淘汰一些特別引人關注的 化學品,包括我們致力於淘汰含 PFC 加工處理布 料。想要瞭解更多有關我們的化學品管理方法, 請货訪我們的網站。

#### 達成危險化學品零排放的 2020 年進度

在 2020 年,我們透過已經實施超過 15 年的水資 源品質計畫,持續積極地監測和協助改善牛仔面 料洗衣廠的廢水品質。在2020年,54個牛仔雜項 被參與,94.2% 的設施符合所有常規條件,88.5% 的設施符合所有危險化學品零釋放 (ZDHC) 生產 限制物質清單 (MRSL) 參數,符合 ZDHC 廢水處 理指南。

#### 淘汰含 PFC 加工處理布料

在 2016 年展開對長鏈 FC 的禁用措施上, 我們目 前的進度為在 2023 年時從供應鏈中淘汰所有含 PFC 加工處理布料:

• 在 2020 年, 我們所有的品牌中只有不到 2% 的 單位使用含 PFC 的面料以及可能含 PFC 加工處 理布料。在這2%的比例當中,有7%的防水防 污產品是使用不含 PFC 加工處理布料製作的。



為了逐步淘汰含 PFC 的加工處理布料,我們製作 了列出能夠提供可比績效,不含 PFC 加工處理布 料的一份內部清單。

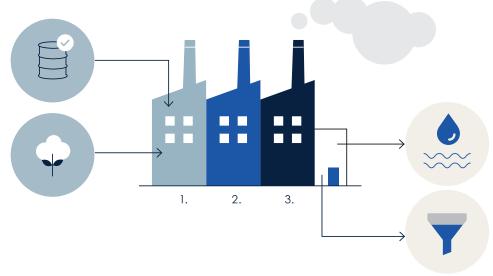
#### 品牌資源

在 2020 年,我們開發了內部染料、加工和濕處理 工具組, 使跨職能團隊能夠評估新機會並做出明 智的決策。該工具組支援遵守我們的 MRSL、RSL 和廢水測試政策,以及有關績效加工處理和染色 的其他指導原則。我們將繼續擴展和發展此資 源,以支援我們品牌尋找更可持續的染色和加工 選擇。

我們如何管理 GAP 集團的化學品

#### 1. 輸入管理

撰擇更好的化學投入和起始原料是減少危險化學 品的使用和排放的關鍵要素。



#### 2. 流程管理

在製造過程中堅持化學品管理的最佳實踐對於降 低人員和環境風險至關重要。

#### 3. 產出管理

服裝和製鞋業的產出包括成品以及廢水。

#### 日標



努力實現供應鏈中有 害化學品零排放

## 消除

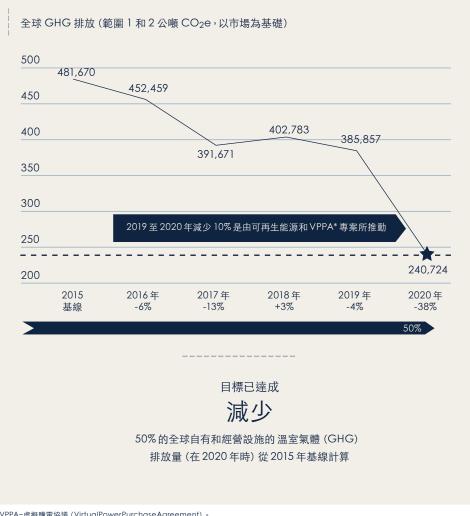
我們供應鏈中所有含有 PFC 加 工處理布料(在2023年時)

## 氣候和能源管理

我們的長期目標是在 2050 年時達 成價值鏈的碳中和目標。我們的方 法基礎目標與《巴黎協定》的科學共 識一致,也就是努力將全球氣溫上 升限制在攝氏 1.5 度以下。

我們是科學基礎碳目標倡議 (Science Based Targets initiative, SBTi) 的一部分。在 2020 年, 我們在範圍 1 (直接來自公司設施)、範圍 2 (從採 購的產品和服務間接)和範圍 3(產品、物流和廢 棄物中的供應鏈排放)的減少排放方面確立了綜 合科學目標並且獲得核准。

如需瞭解更多有關我們在氣候和能源管理方面的 方法,請造訪我們的網站。



\*VPPA-虛擬購電協議 (VirtualPowerPurchaseAgreement)。

#### 日標

### 2050

在2050年時,我們的價 值鏈 達到碳中和目標

## 來源

到 2030年,全球自有和 營運的設施提供100% 的可再生電力

絕對範圍1和2GHG排 放量達 90% (到 2030年 時),從2017年基線計算

## 減少

購買商品與服務的範圍3 GHG 排放量達 30% (到 2030 年時),從2017年基線計算

#### 2020 年進展

在 2021 年初期, 透過對可再生能源的投資和擴大 能源效率專案,我們達成從 2015 年基線計算在 2020 年時在自有和經營的設施中將 GHG 排放量 減少 50% 的目標。在此基礎上, 我們確立了 2030 年的範圍 1、範圍 2 和範圍 3 的減少排放目標以及 可再生能源目標,讓我們在2050年之前達成碳中 和價值鏈的目標有了好的開始。

由於 COVID-19 的封鎖禁令和門市關閉,我們在 2020年的範圍 1 和 2 排放量有所下降。自從 2017 年以來,我們在自有和經營的設施中 已經減少 39%的GHG排放量, 這使得我們在2030年的新 目標上幾乎已經達成一半。以絕對值而言,我們 诱過在可再生能源的投資,將CO2e的GHG排放 量減少39,803公噸。

自 2020 年晚期上線以來,我們自有和經營網站 的能源使用量有 17% 是來自可再生來源。

由於 COVID-19 的影響, 我們暫停並縮減範圍 3 供應鏈環境和能源效率計畫的某些內容,以減輕 供應商的成本負擔。然而,我們在孟加拉與 Aii Clean by Design 和 PaCT 的持續合作,仍然帶 動我們亞洲總部的1級和2級設施達成有意義的 減少。

我們正在探索氣候適應的策略,以減輕氣候變遷 帶來的財務和實際影響,同時增強企業及社區的 適應能力。這包括在亞洲和供應鏈內其他地方的 可再生能源專案,並加速轉換至碳足跡較低的 原料。

#### 解決範圍 1 和 2 排放問題

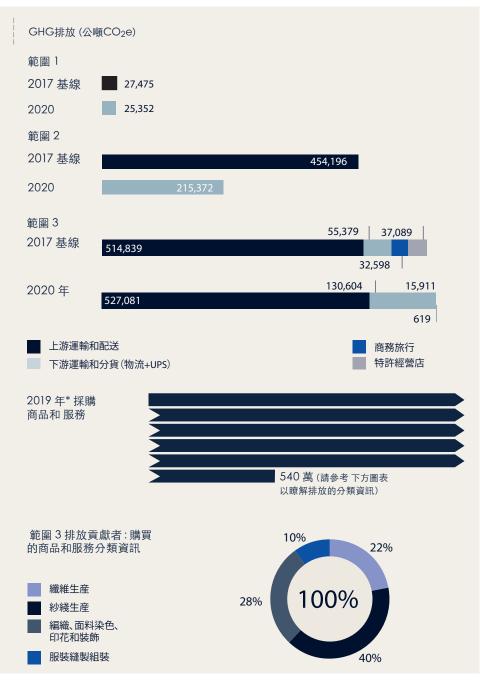
為了解決我們的範圍 1 和範圍 2 排放問題,我們 在能源效率計畫和店鋪改裝方面進行投資,以減 少我們自有和營運設施的GHG排放。其中包括改 造門市的能源管理系統,以更具能源效率的機型 取代供暖通空調 (HVAC) 裝置。我們已為新建築 建立協議, 並評定所有門市將改裝專案列為優先 以提高能源效率。

我們的可再生能源專案、電力採購協議和現場安 裝每年可產生 400,000 百萬瓦時的乾淨能源, 足夠為我們大約 3,100 家公司營運的零售店中的 1,800 間公司提供電力。這些專案使我們成為美 國零售業最大的乾淨能源採購商之一。

此外,我們持續在電子商務網站提供低碳配送選 項, 並致力於使用更乾淨的運輸模式, 鼓勵使用 節約燃料策略和技術。

#### 解決範圍 3 排放問題

我們的大多數氣候影響都屬於我們的範圍 3 供 應鏈排放,這與我們的業務成長有直接關聯。我 們一直專注於與供應商密切合作,以解決這些排 放問題,並提高供應商的設施效率。除了現有的 能源效率計畫外,我們還與主要供應商合作,致 力於減碳策略, 並正在與策略供應商共同探索可 再生能源機會。



<sup>\*2020</sup>年資料可於明年取得。

#### 其他資訊公開

#### CDP 氣候變遷

我們的 CDP 氣候變遷回應包括有關我們 策略和績效的詳細資訊,其中並採納氣候 相關財務揭露工作小組(TCFD)的建議。

管理

#### 外部承諾

#### 北極航運承諾

我們與海洋保護協會合作簽署了「北極 航運承諾(ArcticShippingPledge)」, 承諾不會刻意派遣船隻穿越北極脆弱的 生態系統。

#### 時尚協議

領導的服飾和紡織公司聯盟制定了一項 共同議程,到 2050 年時達到 100% 的可 再生能源、減碳、增加生物多樣性,並專 注於復原力發展。此外,執行長 Sonia Syngal 還負責 2021 年時尚協議指導委 員會的工作。

#### UNFCCC

作為《聯合國氣候變遷綱要公約》的一部 分, Gap 集團致力於在2050 年時達成碳 中和的目標。

## 可持續材料採購

我們致力於選擇碳足跡較低的纖 維,減少用水量,減少垃圾的製造。

為了説明我們實現這一目標,我們使用行業工 具,例如可持續服裝聯盟喜力材料可持續發展 指數 (MSI) 和紡織交易所的 偏好纖維和材料矩 陣。我們的整體偏好纖維策略使用生命週期評估 (LCA) 資料,包括全球暖化潛勢、水資源使用和 優養化,以及針對生物多樣性、循環可能性、化學 品、土地使用變化以及生產中的社會條件進行評 估。我們還定期向相關團隊提供可持續-纖維消 費報告,以強調進展並推動持續改善。

此外,作為全公司學習與發展計畫的一部分,我 們還提供深入的可持續設計訓練,在 2020 年年 初,我們建立了廣泛的內部產品聲明工具組。

若要瞭解更多有關我們可持續材料採購的方法和 行業合作關係的資訊,請造訪我們的網站。

#### 目標





已更新計算方式以反映資料改善。



2020年訓練與資源

### 2.187

迄今在可持續實踐方面接受過訓練的產 品設計和開發員工總數

### 320

參加研討會的產品設計和開發員工16

#### 2020 年淮展

我們持續關注幾平占我們所有纖維消費量(約 97%)的材料:天然纖維(棉花、亞麻等)、合成材 料(聚酯纖維、尼龍等)和人浩纖維素,例如人浩 絲和莫代爾。

在 2020 年,我們向全球非營利性紡織交易所捐贈

我們還繼續使我們的品牌能夠為自己設定可 持續性材料採購目標,並且實施自己的訓練 計畫。符合永續發展焦點的新產品線也因此應運 而生,例如 Gap Teen。

#### 天然纖維

Gap 集團致力於在 2025 年達成 100% 的永續性 棉花來源。在 2020 年,我們加入了紡織交易所的 2025年永續性棉花挑戰,並成為第一個簽署美 國棉花信託協議 (U.S. Cotton Trust Protocol®) 的品牌。

我們計畫探索發展原料生產再生實踐的方 法。請在 2020 年 SASB 指數中找到與本節有關 的資料。

#### 合成

為了回應紡織交易所再生聚酯纖維 (rPET) 排 戰,我們的所有品牌都已簽署承諾,到 2025 年時 將再生聚酯纖維的採購量增至其聚酯纖維使用量 的 45%。

我們同時還積極參加紡織交易所的 rPET 圓桌會 議和生物合成工作小組,調查企業在可持續性纖 維的創新進度。

#### 人浩纖維素

我們正與主要供應商密切合作,避免我們使用來 自古森林和瀕危森林的木材衍生纖維。雖然我們 的目標是在 2020 年之前達成這一目標, 但我們仍 在與一些供應商合作以確認相關規範。

在 2020 年,根據我們在供應鏈收集的資料顯示, 我們的纖維素纖維量達到 98% 以上, 這也證明 其各自的纖維量 100% 符合 承諾。儘管我們未能 達成 2020 年的目標,但我們仍然努力進行這項 工作。

## 循環利用 與廢棄物



除了在循環利用方面的努力之外,我們還繼續減 少、淘汰和回收包裝廢料,並設定在2030年時淘 汰一次性塑膠的目標。在北美地區, 我們 90% 的 垃圾是由門市的店鋪所丟棄。我們正在努力最佳 化包装,減少包裝體積,降低業務成本,支援整 個行業的變革。

我們的最新行業合作夥伴包括加速循環利用、退 回箱、How2Recycle和Microfibre 聯盟。在我 們的網站閱讀更多有關循環利用和廢棄物工作的 資訊,並且瞭解我們行業合作夥伴的完整清單。

#### 新目標

## 消除

一次性使用塑膠並於2030年達成 由於 COVID-19 使得 購物中心、廢棄物 處理業者和內部營運之間的作業大亂, 因此我們將廢棄物分流工作轉移到在 2030年時淘汰一次性塑膠的新目標。

### 1. 循環利用設計

對於產品持久性、再利用和可循環性有積極 影響的選擇為設計團隊進行相關教育(請參 閱第39頁的可持續材料採購方法)。

### 2. 材料和製造

增加安全、可再生和回收利用材料的使用, 並支持循環製造過程中的創新。

### 3. 進 階資源回收

支持時尚產業中收集、分類並且回收舊紡織 品然後製成新材料的系統。

#### 4. 循環 商業模式

減少使用自然資源獲得的利潤,為顧客產生 新的價值要求。



#### 2020 年進展

#### 循環

除了在 2020 年完善策略的四大支柱外, 我們環與 品牌團隊合作,展開內部和面向顧客的循環利用 措施(詳請請參閱第 40 頁)。我們很高興所有品 牌都樂於配合,進行至少與一個策略支柱相符合 的工作。

#### 剩餘庫存

2020 年會計年度期間,我們品牌中的多餘庫存有 了新的用途,它們被捐贈給有需要的組織,包括 诱過非營利組織Good360向UNHCR提供600萬 套服飾。

### Gap 和 Banana Republic 首次展示回收再製牛仔褲

Gap和BananaRepublic艾倫[] 麥克亞瑟基金會 (Ellen MacArthur Foundation) 的牛仔服重 新設計專案合作,在線上進行的哥本哈根時尚 高峰會上首次首次展示回收再製牛仔褲。诱過淘 汰氨綸、使用消費後回收棉、只使用符合 ZDHC 要求,僅用於染色和加工的化學品,以及使用可 拆卸的金屬配件代替拉鍊以簡化回收過程等措 施, Gap 的五件式系列將可符合牛仔褲重新設計 的準則。在此同時,Banana Republic 的牛仔服 飾使用有機棉,不使用鉚釘,並採用雷射加工代 替化學物質產生褪色效果,使得它們容易再利用 和回收。

### Banana Republic 的時尚和賃計畫

該品牌在美國推出屬於一項訂閱服務的 Style Passport 計畫,顧客透過該計畫一次可以收到三 件商品,可以選擇租用、退貨或購買他們最喜愛 的商品。Banana Republic 與網路市集 Thrilling 攜手合作,提供復古服飾進行銷售。

2020年,我們的一些工作由於 COVID-19 的緣故 而有所延遲,包括我們與香港紡織及成衣研發中 心有限公司 (HKRITA) 的兩項試驗性合作 (詳情 請參閱第9頁)。

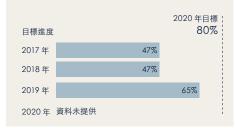
#### 包裝廢棄物和 一次性塑膠

在 2020 年, 我們確定了需要關注的關鍵領域: 衣 架、塑膠袋、購物袋和電子商務傳單,它們佔有 我們一次性塑膠庫存的 60%。我們成立了一個內 部的跨職能工作小組,為這些具有高影響的類別 尋找解決方案。此外,我們還會持續創新包裝設 計、產品標籤和資源回收系統。

我們繼續試驗其他解決方案,因為只有少數大城 市能夠回收軟塑膠。這些解決方案包括與店鋪員 工推行更好地溝通,討論在其據點目前的資源回 收機會,整個供應商彼此合作,減少運送型店面 的塑膠袋尺寸,以及在設計店內行銷資料時考慮 資源回收的問題。

展望未來,我們將參加業界工作小組,並試用新 興的塑膠替代材料,以減少並日在最終淘汰我們 的塑膠包裝足跡。

### 到 2020 年, 我們的美國設施會有 80%的垃圾從垃圾掩埋場轉移



#### 2020年廢棄物亮點

雖然 COVID-19 使得我們的部分 工作受 到延誤,但是我們在 2020 年的亮點包括 以下:

- Gap 集團轉移了 13% 的一次性塑膠 廢料。
- · Gap集團在2020年將郵件信封袋中的 回收內容從 35% 增至 50%, 並預計在 2021年推出。
- Gap、Old Navy和Athleta全新折裝標 準已經節省 1300 萬美元的運費成本, 同時避免了800多萬磅的塑膠包裝。
- Old Navy、Gap和BananaRepublic 對所有內容和洗燙標籤使用 100% 的 回收膠帶,每年可節省830噸塑膠使 用。這些品牌的價格標籤尺寸也縮小, 並加入 FSC 認證的紙張,可節省 120 噸的紙張。
- · Old Navy已將其衣架回收計畫擴展至 600 家門市,每年將可為垃圾填埋場減 少 220 萬磅的塑膠。到 2021 年底,計 畫已擴展至所有門市的店鋪。
- Athleta 轉移了74% 其所產生的垃圾。



## 永續發展管理

Gap 集團的董事會,尤其是管理和永 續發展委員會,負責監督我們的全球 永續發展計畫。

董事會及其管理與永續發展委員會定期收到企業 成長轉型長 Sally Gilligan 及其全球永續發展領導 者的最新資訊。Sally 是高級領導團隊成員,定期 會與公司內部領導會面,包括我們的採購、生產、 品牌和經營團隊。

我們的全球永續發展團隊與品牌的產品和行銷團 隊以及平等與歸屬、人力資源、供應鏈策略、政府 事務、法律和 Gap 基金會團隊彼此密切合作。

深入瞭解我們的 永續發展策略與管理網頁。

#### 管理方法

我們透過管理風險以實現長期業務績效;進一步 實現平等,尤其是賦予婦女權力;提供機會;並透 過我們的社會和環境努力豐富社區。透過合作關 係並且在整個永續發展議程中推動解決方案 的創 新,我們將重點放在擴大對我們企業和行業的影 響。我們的工作重點是讓我們的業務,以及我們 接觸的社區和人們能夠有茁壯成長的後代。

除了將我們的目標與聯合國永續發展議程的目標 達成一致以外,我們在所有社會和環境計畫中都 採取以下方法。

### 將永續發展整合到我們的企業中

我們誘過產品以及整個營運的建立,將永續發展 納入我們端對端策略的一部分。我們透過在 Gap 集團中為共用相關業務單位設定目標,為我們的 永續發展策略建立問責制。我們的全球永續發展 團隊整合到我們的品牌和運營中,以實現永續發 展成果。

#### 設定企圖宏大的目標

我們專注於整個公司的關鍵指標,以便衡量我們 在向我們服務的人員和社區提供實際利益方面取 得的谁展。

#### 朝向承諾邁進

我們以有意義的方式向我們為業務所依賴的人 員和社區貢獻力量,這也幫助我們的公司取得 成功。

與公民社會、政府和其他部門建立合作關係以 增加集體影響

诱调與當地組織及全球一級組織合作,我們能夠 在更大的範圍內發揮影響,並創造長期、可持續 的發展。

#### 風險管理

Gap集團已開發出專注於識別和管理風險的系統 與程序,包括與永續發展相關的風險。

我們的全球永續發展團隊與業務合作夥伴和專 家合作,以評估和管理業務風險,包括氣候變遷 和環境影響可能為我們的業務所帶來的長期風 險。團隊諮詢專家,使用資料並利用工具確定風 險和機會的優先性,包括可持續性實質性評估、 產品和地理評估以及利益相關者的參與流程。



## 負責的企業實踐

Gap集團建立在負責任、誠實 和合乎道德的經營原則之上。

#### 商業行為準則

我們的全球商業行為準則 (COBC) 可作為我們的 道德羅盤,清晰表達我們對高標準的承諾。

如果有任何疑問,我們鼓勵員工利用公司的開 放流程與其主管、下一級經理或人力資源代表討 論。員工還可與負責管理我們 COBC 計畫的全球 誠信團隊聯絡。此外,我們還提供保密的 COBC 熱線- 它是一套電話和網路舉報系統, 為公司員 工和與 Gap 集團有業務往來或與公司業務有關 的人員提供全年無休的服務。我們的調查團隊可 诱過任何管道記錄、處理和解決收到的投訴,包 括我們的 COBC 熱線。

全球所有員工都需要在開始雇用日期算起的30 天內參加 COBC 概覽課程。我們的全球誠信團隊 每年針對不同業務單位、辦公室和特定供應商的 員工進行訪談,以評估員工對 COBC 的瞭解程 度。高階職員必須每年證明其 COBC 合規性,並 瞭解相關合規和誠信主題,以提高他們的意識。

我們還會向相關員工提供持續的合規訓練,主 題包括非歧視與騷擾、工資和工時規範、職場 適應、反腐敗、競爭法規範以及資料隱私與安 全。此外,我們的全球誠信團隊常年定期進行現 場訓練。

#### 反腐敗 與反賄賂

我們盡己全力解決腐敗風險,尤其是在法治有限 的開發中國家。我們擁有一套涵蓋至公司範圍的 計畫,用於監視、執行和解決與我們的反腐敗/ 反賄賂政策相關的任何問題,該政策將我們的 COBC 內容與《外國腐敗行為法》(FCPA) 和全 球其他類似法律下的反賄賂要求彼此結合。

該政策和相關訓練計畫可幫助員工識別並避免 Gap集團業務各個層面的腐敗行為。

深入瞭解政策網頁。

### 人權政策和 COV

對於能夠支持世界人權宣言 (UDHR)、聯合國全 球契約 (UNGC)、OECD的跨國企業準則和國際 勞工組織 (ILO) 核心公約中所列舉的原則,我們 深感自豪。這些原則是我們人權政策的基礎,該 政策定義了我們如何以及我們為尊重人權和禁止 濫用人權而開展的活動。

除了人權政策之外,我們還利用我們的 COV 建立 所有設施必須達到的標準社會和環境要求才能與 Gap 集團開展業務。我們確認,在不同的法律和 文化環境中,設施貫穿全球,我們的COVC説明為 Gap集團或其任何下屬、部門、下屬或代理人生產 產品的所有設施設定了均等標準。

我們利用設施評估以提高我們對勞動條件和環 境實踐的認識,並促進與供應商更深厚的合作關 係。這使我們能夠持續推動永續發展績效的改 善, 並產生積極變革。

#### 深入瞭解

>COVC: 社會 >COVC: 環境



在我們持續擁抱科技之際,維持品牌信賴至上是 至關重要的事情。我們的目標是為顧客提供最優 質的體驗,同時尊重顧客的隱私。

在採用新產品和服務時,我們採用了七項原則作 為我們在選擇時的指導:同意、控制、公平、最小 化、保密、存取和落實當責。

作為一家全球性企業,我們的《隱私權政策》符 合我們經營業務所在司法管轄區的相關法律。儘 管這些權利可能各有不同,但即使某個國家或司 法管轄區並未要求我們做到,我們仍然會盡合理 努力來實踐要求。我們的隱私權政策因清晰和簡 單而獲得認可,我們將持續把隱私放在顧客體驗 最重要的位置。

我們也知道,安全是任何良好隱私計畫的中 心。我們使用廣泛接受的安全標準和實踐作為制 定確保個人資訊安全決策時的指導原則。

如果要瞭解更多有關我們隱私權政策的資訊, 請告訪我們的 網站。



## 利益相關者參與

我們達成平等包容,用心打造使命 其中一個不可缺少的部分是诱過合 作,這是告知我們利益相關者參與的 方法。

我們邀請利益相關者,並與全球和當地不同 團體的專家和組織建立合作夥伴關係,以便 更清晰地瞭解複雜問題以及我們的運作狀 況。這樣的對話可幫助我們改善計畫、調整 策略、揭示未發現的問題, 並擴大行業解決 方案。

想要瞭解更多有關我們與利益相關者建立凝 聚力的方法,請造訪我們的網站。

#### 我們供應鏈中的人權參與

我們透過多個聯絡點,與供應商及其員工溝通我 們對利益相關者的政策和承諾,包括我們的人權 政策和投訴管道。其中包括存取 Gap 集團線上平 台,該平台包含有關我們人權政策和實踐的所有 相關資訊;诱過親自諮詢以及線上造訪;並诱過 我們旨在尊重員工的權利並賦予婦女權力的計畫 組合面試和聘用勞工。我們透過提供當地語言, 並且在需要時提供當面和線上支援,確保可以獲 得這些政策和管道。

我們還會透過與員工進行正式訪談進行評估, 以及诱過團隊與員工代表建立的非正式關係, 與一級供應鏈的員工進行日常實踐交流。我們還 會在一些市場利用以員工為中心的技術, 使我們 能夠透過供應鏈工作者獲得持續的意見反應與 看法。這些定期檢查讓我們能夠瞭解特定的人權 問題或利益相關者需要主動減輕的任何風險。

我們的全球夥伴關係團隊與供應商永續發展團隊 攜手合作,負責管理和執行我們的人權和勞動利 益相關者參與策略。全球夥伴關係團隊正在與全 球專家組織進行定期對話,同時我們的供應商永 續發展團隊也會參與當地活動,這有助於诱過在 我們的供應商設施進行評估、訓練和調查時增加 我們在收集時的發現。這些網路以及它們所發現 的問題有助於我們瞭解計畫的演變與改善狀況。

利益相關者參與支援進展的一個領域是改善我 們供應鏈中的勞動標準。我們經常與廣泛的利 益相關者進行正式或非正式的合作夥伴,以幫 助我們實現最大化影響。這些利益相關者來自 我們向國際非政府組織和多邊機構採購的國家 的當地工會,每個工會都有特定的專長和關注重 點。我們意識到這些參與經常會將抱持不同觀點 的組織和個人聚集在一起,即使這些觀點極具批 判性質,我們依然始終尋求瞭解與我們不同的觀 點,因為我們相信這些活動有時能夠幫助我們改 進方法。

#### 合作夥伴關係的力量

我們在吸引利益相關者方面有超過二十多年的經 驗,我們深知,對於我們所追求的頻率或參與模 式, 並沒有單一公式可言。我們在定期安排會議 和電話之間取得平衡,有條理地記錄和回應利益 相關者的意見, 並在問題出現之際進行對話以及 主動參與。重要的是,我們已發展出必要的關係 與聯繫,能夠針對這些問題提供更廣泛的多利益 相關者觀點。

若要瞭解我們的措施和合作夥伴組織的完整清 單,請造訪我們的網站。

### 合作夥伴關係如何激發創新以及對 於水資源與女性的影響

深入利益相關者的參與是我們戰略中堅 持我們的勞動和人權承諾,支援我們的 環境目標的重要部分。合作夥伴關係同 時為產業創新和更大規模的影響開啟機 會之門。我們最近的一些合作夥伴關係 是支持在水資源管理(閱讀第 5 頁以瞭 解有關我們的長期採購與連鎖企業合 作夥伴 Arvind Limited 的資訊) 以及女 性賦權(請參閱第 17 頁的 Empower@ Work) 的進展。





賦予婦女權力與人權

產品設計的關鍵在於企業尋求產品 壽命每個階段的可持續性績效,從最 初的設計概念、材料採購、製造和配 送,一直到銷售、使用和壽命結束。

#### 5. 物流與配送

我們使用最佳的撰項組合,將產品誘過海運、空 運、卡車和火車從供應商運送到配送中心,然後 運送到門市或直接給顧客。我們也正在努力節約 能源和減少配送中心中產生的垃圾, 配送中心是 我們擁有和運作的最大設施。

#### 我們的計畫

- >氣候與能源管理
- >循環利用與廢棄物

### 1. 設計與開發

產品對環境 的影響主要取決於概念階段。我們的 生產和採購團隊根據可持續性原則接受培訓,對 服裝生產者有重要影響。這讓我們能夠改善設施 的工作條件,並解決我們更為廣泛的環境問題。

#### 我們的計畫

- >水資源管理
- >化學品管理
- >可持續材料採購
- >循環利用和廢棄物

### 3. 紡織品製造 (二級供應商)

紡織廠會使用大量的能源和水,以及用於染色和 加工處理面料的化學品,如果不正確處理,可能 會影響當地流域。透過我們的工廠永續發展計 書,我們將明確的環境標準整合到我們的採購決 策中。我們還致力於與同業分享最佳實踐。

#### 我們的計畫

- >評估和矯正
- >Gap集團 P.A.C.E.
- >水資源管理
- >化學品管理
- >氣候和能源管理

#### 6. 零售店鋪

我們的門市展現我們企業的風格和經營方式。門 市就是我們銷售產品並直接與員工和顧客溝通的 地方。它們有機會減少對我們環境的影響。我們 也會在門市實施 This Way ONward 計畫,幫助 在求職時遭遇障礙的年輕人獲得他們的第一份 工作。

#### 我們的計畫

- >平等與歸屬
- >This Way ONward
- >氣候和能源管理
- >循環利用與廢棄物
- >可持續性原料採購

#### 2. 原料與加工(三級供應商)

我們致力於將產品中使用的纖維對社會和環境 的影響減至最少。我們對於棉花投入特別關注, 我們也正在採取步驟採購更可持續性的合成和人 **造纖維素纖維。** 

#### 我們的計畫

- >水資源管理
- > 氣候與能源管理

#### 4. 產品與精加工(一級供應商)

我們在供應鏈中改善工作條件的綜合方法,將設 施監控和能力培養計畫加以結合,幫助供應商有 所改善。我們還會與廠商密切合作,以衡量和解 決其對環境的影響。

#### 我們的計畫

- >評估與補救
- >能力培養
- > Gap 集團 P.A.C.E.
- >水資源管理
- > 化學品管理
- > 氣候和能源管理
- >可持續材料採購

#### 7. 消費者使用與循環利用

我們顧客的穿著、照顧和丟棄衣物的方式是我們 產品的環境總足跡的一部分。我們使用產品標 籤、目錄、社群媒體和部落格文章分享我們為改 善可持續性所作的努力。我們還參與並且為整個 行業解決方案做出貢獻以減少產品壽命結束後的 影響。

#### 我們的計畫

>循環與廢棄物

# ESG 附錄和 前瞻性聲明

#### 害質性

在瞬息萬變的世界中,我們希望解決可持續 性的問題,因為 Gap 集團能夠對此發揮最大 影響。

我們透過瞭解對我們利益相關者和企業最重 要的環境、社會與管理 (ESG) 問題,藉此將永 續發展深植於我們的企業之中。這些都是公 司的實質性問題,同時將指導我們的永續發 展策略和計書。

2021年,我們與第三方永續發展專家顧問進 行了最新的實質性分析。

為求明確起見,對於指導我們永續發展策略 和計畫的實質性問題進行確認,不應被解釋 為關於此類問題或相關資訊對於 Gap 集團投 資者所造成的實質性或財務影響的特徵。如 需就 Gap 集團投資者而言重大的風險進行討 論,請參閱我們向美國證券交易委員會提交 至 2021 年 1 月 30 日為止的 10-K 表單年度報 告、隨後的 10-Q 表單每季報告以及 8-K 表單 的目前報告。

#### 深入瞭解

- > 2021 實質性矩陣
- >SEC 檔案

#### ESG 架構

#### 永續發展會計準則委員會(SASB)

永續發展會計準則委員會(SASB)是一個獨立、 私營部門的標準制定組織,致力於透過促進高品 質揭露符合投資者需求的實質性可持續性資訊, 以提高資本市場效率。我們的 SASB 指數會引用 SASB 的可持續行業分類系統所定義的服裝、配 飾和鞋類行業標準,該資訊可以在 Gap 集團的全 球永續發展報告和我們的網站中找到。

#### 深入瞭解

>SASB 指數

#### 全球報告倡議 (GRI)

我們已根據全球報告倡議 (GRI) 標準:核心撰項 籌備此報告。

#### 深入瞭解

> GRI 指數

#### 前瞻性聲明注意事項:

本報告以及管理高層的相關評論可能包括美國 聯邦證券法意義範圍內的「前瞻性聲明」。前瞻 性聲明是除了歷史事實聲明之外的任何聲明。前 瞻性聲明代表我們目前對未來可能事件的判斷, 並經常以下列字詞所識別:例如「預期」、「出 現」、「大約」、「相信」、「繼續」、「可能」、 「設計」、「效果」、「預估」、「評估」、「預期」、 「預測」、「目標」、「倡議」、「意圖」,「可能」、 「目標」、「展望」、「計畫」、「潛在」、「優先事 項 | 、「專案 | 、「追求 | 、「尋求 | 、「應該 | 、「標 的」、「何時」、「將會」、「將要」或任何上述任何 言語或類似表達的否定語。在發表這些聲明時,

我們根據我們對歷史趨勢、目前狀況和預期未來 發展的經驗與看法,以及我們認為在這種情況下 適當的其他因素得出假設和分析。我們認為這些 判斷是合理的,但這些聲明並不保證未來任何事 件或財務結果,而且我們的實際結果可能因各種 因素而有重大差異,其中許多內容都包括在我們 最近的 10-K 表單的年度報告以及我們向美國證 券交易委員會提交的其他檔案中。在此提醒讀者 不要過分依賴前瞻性聲明。前瞻性聲明僅在製作 完成日期時才會發表,除非法律有明確規定,否 則我們沒有義務公開更新或以其他方式修訂任何 前瞻性聲明,無論是由於有新資訊、未來事件或 會影響這些聲明主題的其他因素。



#### 瞭解有關我們管理實踐的更多資訊:

主題	連結
董事和股東權	Gap 集團管理
ESG 公開	ESG中心
	永續發展策略
企業風險管理和合規	風險管理
	SEC 檔案
	企業合規政策
	ESG中心
隱私與資訊安全	Gap 集團隱私權政策

Gap Inc.

平等包容 用心打造

全球永續發展部 門報告 2020 年