



**STOCKMANN**

SAMHÄLLSANSVAR  
2017

## TILL LÄSAREN

Under år 2017 satsade vi särskilt på material som är mera ansvarsfulla, både i våra egna märkesplagg och i våra inköpskassar. Redan 55 % av Lindex plagg är producerade av ansvarsfulla material, medan Stockmanns egna märkeskläder uppnådde en andel på 10 %, efter ett försök med ansvarsfulla plagg som inleddes under fjolåret. I kollektionen för år 2018 förväntas andelen öka kraftigt. Vi påbörjade dämpandet av användningen av våra inköpskassar, med syfte att minska vår miljöpåverkan. Resultatet av våra ansträngningar har lett till att efterfrågan av plastpåsar har minskat med hundratusentals på månadsnivå.

Denna CSR-rapport har sammanställts för att presentera hur vi arbetar för att ytterligare göra vår verksamhet mera hållbar och ansvarsfull samt hur vi strävar till att inspirera våra kunder med ansvarsfulla produktalternativ.

Vi önskar er en god läsning, och ber er gärna skicka eventuella kommentarer till [csr@stockmann.com](mailto:csr@stockmann.com).

Johanna Stenbäck  
CSR-chef



År 2017



Ekonomisk översikt  
2017



Förvaltning 2017

## OM RAPPORTEN

Stockmannkoncernens rapportering består av fyra rapporter: Affärsrapporten "År 2017", Bokslut, Förvaltning och den här rapporten om samhällsansvar, i vilka våra CSR-relaterade teman, mål och resultat presenteras enligt Global Reporting Initiative (GRI) GRI Standards-riktlinjerna. Vi tillämpar riktlinjernas Core-nivå.



# Innehåll

- 3 Kort om Stockmann
- 4 Principerna för samhällsansvar
- 6 CSR-strategi
- 8 Rapporteringsprinciper och väsentlighet
- 9 Intressentengagemang
- 10 Kunder
- 14 Personal
- 22 Produkter och leveranskedjan
- 31 Miljö
- 37 Ekonomi och förvaltning
- 42 GRI-innehållsindex



### LÄS MER

Samtliga rapporter finns tillgängliga på finska, svenska och engelska på adressen [ar2017.stockmanngroup.com](http://ar2017.stockmanngroup.com)





## VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN

”Stockmann stödjer FN:s initiativ Global Compact. I enlighet med detta främjar Stockmann mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och arbete mot korruption. Denna rapport utgör även Stockmannkoncernens Communication on Progress (COP), dvs. information om utvecklingen, för Global Compact.”

**Lauri Veijalainen**  
verkställande direktör



Verkställande direktörens hela översikt finns tillgänglig i affärsrapporten ”År 2017.”

# KORT OM STOCKMANN

Stockmann, grundat år 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Koncernen har tre affärsenheter: Lindex, Stockmann Retail och Real Estate. Bolaget har cirka 47 000 aktieägare och en personal på cirka 7 000.

Bolaget har 8 varuhus, 490 modebutiker och 5 fastigheter i 18 länder. Bolagets huvudkontor och gemensamma funktioner är belägna i Helsingfors. Dessutom har bolaget inköpskontor i Bangladesh, Indien, Kina, Pakistan och Turkiet.

Stockmann erbjuder förstklassiga urval av internationella varumärken, utmärkt kundservice och erfarenheter i moderna och inspirerande flerkanaliga shoppingmiljöer. Vår vision är att vara inspirationens första källa för modernt, urbant liv.

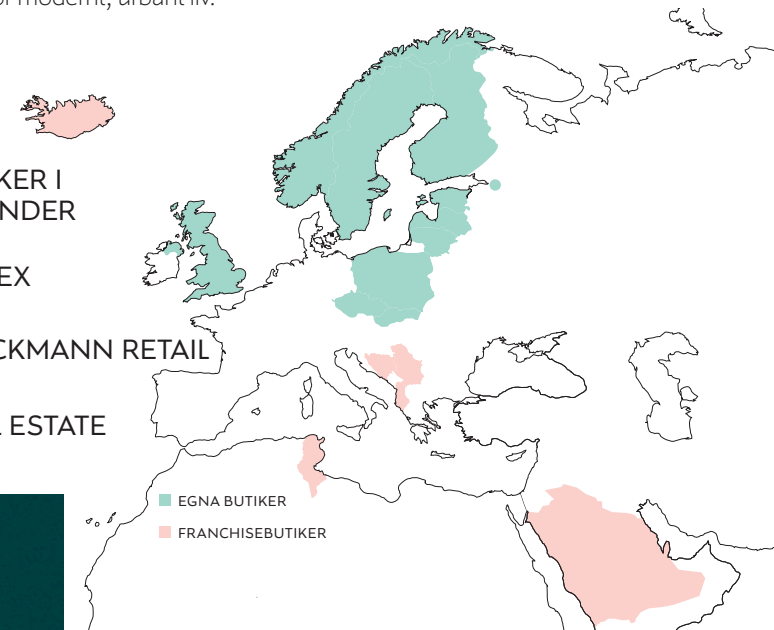
BUTIKER I  
18 LÄNDER

LINDEX

STOCKMANN RETAIL

REAL ESTATE

EGNA BUTIKER  
FRANCHISEBUTIKER





# PRINCIPERNA FÖR SAMHÄLLS- ANSVAR

Ett engagemang för en ansvarsfull verksamhet är centralt för Stockmanns värderingar och dagliga arbetssätt. Vårt löfte till kunderna är att tillhandahålla en förstklassig flerkanalig shoppingupplevelse i varuhus, modebutiker och nätbutiker. I vårt CSR-arbete innebär detta ett engagemang för hållbar utveckling och att erbjuda våra kunder ansvarsfulla shoppingupplevelser.





**C**SR-arbetet täcker hela värdekedjan för Stockmanns verksamhet. Ansvaret börjar i leveranskedjan, från att säkerställa säkra arbetsförhållanden till att minimera miljöpåverkan och ge våra kunder möjligheten att köpa ansvarsfullt tillverkade produkter i vårt utbud. Vi lägger kunden i centrum och tar hänsyn såväl till medarbetarnas välbefinnande som till miljöaspekterna. Vi garanterar säkerheten i våra produkter och inspirerar våra kunder till ansvarsfulla val.

Vägledande i CSR-arbetet är Stockmanns strategi och värderingar, Stockmanns uppförandekod, CSR-strategin, nationella lagar och förordningar i de länder där vi är verksamma, samt internationella avtal och rekommendationer. Vårt praktiska arbete styrs även av många frivilliga överenskommelser och initiativ, samt andra principer, policyn och praxis, som t.ex. policyn för mänskliga rättigheter, antikorrupsionspolicy, personalpolitiken, miljöpolicy och produktriktlinjerna.

Stockmann agerar etiskt på hög nivå och följer i sin verksamhet gällande internationella samt nationella lagar och förordningar. Vi strävar i vår verksamhet att överskrida minimikraven i lagar, förordningar och praxis.

## Väsentliga överenskommelser

- FN:s konvention om mänskliga rättigheter och om barnets rättigheter
- ILO:s deklaration om grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet
- OECD:s riktlinjer för multinationella företag
- FN:s principer för företag och mänskliga rättigheter från år 2018
- FN:s globala mål för hållbar utveckling från år 2016
- FN:s Global Compact-principer från år 2011
- amfori BSCI – uppförandekod (tidigare Business Social Compliance Initiative, BSCI) på koncernnivå från år 2005
- Avtalet om brand- och byggnadssäkerhet i Bangladesh (Accord) från år 2013

## Uppförandekod

Stockmanns uppförandekod definierar vårt sätt att arbeta, för alla medarbetare och chefer, utan undantag. Stockmann kräver även att varuleverantörer och partners följer principerna i uppförandekoden, som täcker följande huvudpunkter:

- Efterlevnad av lagstiftning och etisk verksamhet
- Fri konkurrens och konsumenträttigheter
- Personal och arbetsvillkor
- Miljön
- Korrupcion och intressekonflikter



**THE GLOBAL GOALS**  
For Sustainable Development

Stockmann har åtagit sig att verka enligt FN:s hållbara utvecklingsmål (SDG). Vi har identifierat fyra mål som är de mest relevanta för vår verksamhet och som vi kan påverka mest på.



**HÅLLBAR  
KONSUMTION  
OCH PRODUKTION**



**ANSTÄNDIGA  
ARBETSVILLKOR  
OCH EKONOMISK  
TILLVÄXT**



**BEKÄMPA  
KLIMAT-  
FÖRÄNDRINGEN**



**GENOMFÖRANDE  
OCH GLOBALT  
PARTNERSKAP**





# CSR-STRATEGI

I CSR-strategin för åren 2016–2018 definieras Stockmanns prioriteringar och mål för ansvarsarbetet. Vi fastställer tydliga mål med konkreta åtgärder för att ytterligare stärka bilden av oss som ett ansvarstagande företag.

## Samhällsansvars- arbetets teman och principer



CSR-STRATEGI // 2016–2018

KUNDER

Inspiration till ansvarsfulla val

PERSONAL

Motiverade och engagerade  
detaljhandelsexpert

PRODUKTER

Kvalitetssortiment med hållbara val  
och en transparent leveranskedja

MILJÖ

Minskad miljöpåverkan

EKONOMI  
OCH STYRNING

Lönsamhet med en hållbar affärsmetod





**C**SR-arbetets mål stöder koncernens strategi och målen för vår affärsverksamhet, genom större kundfokus och ökad effektivitet. Målen är samlade i fem väsentliga CSR-teman och omfattar hela värdekedjan. Vi arbetar målmedvetet för att uppnå målen. Öppen dialog och samarbete med våra intressentgrupper samt kommunikation av hur CSR-arbetet framskrider är en viktig del av vår verksamhet.

Målen, åtgärds punkterna, nyckeltalen och resultaten liksom utvecklingen under 2017 presenteras i tabellerna som är tillgängliga i samband med varje CSR tema.

Lindex ambition är att bli erkänd som en ledande modedetaljhandlare och ses som ett av branschens mest hållbara, öppna och pålitliga företag. Lindex vill driva förändringsarbete. Hållbarhet beaktas ur ett livscykelperspektiv, från ursprunglig design och produktion till försäljning och användning, fortsättningsvis till återanvändning och slutligen, när kläderna inte längre går att användas, till återvinning.

Lindex har ambitiösa mål gällande bl.a. fibrer, processer och tillverkning. År 2020 kommer 80 % av Lindex sortiment att tillverkas av mera hållbara material, enligt mera hållbara processer och vid mera ansvarsfulla produktionsanläggningar. 100 % av bomullen som används i produkterna kommer att vara ekologisk bomull, BCI-bomull (Better Cotton Initiative) eller återvunnen bomull.



#### VÅR CSR-VISION //

Vi erbjuder våra kunder ansvarsfulla köppplevelser. Vi har förbundit oss att jobba för en hållbar framtid.



LINDEX



# RAPPORTERINGS- PRINCIPER OCH VÄSENTLIGHET

*Den här rapporten om samhällsansvar presenterar fokusområden och resultat från Stockmanns ansvarsarbete i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) Standardriktlinjerna och riktlinjernas Core-nivå.*

Rapportperioden är räkenskapsperioden från den 1 januari till den 31 december 2017. Den föregående rapporten, som avsåg 2016, publicerades den 2 mars 2017.

Rapporten omfattar Stockmannkoncernens kontinuerliga verksamhet. Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland, vars försäljning förverkligades 31.12.2017 är klassificerad som avvecklad verksamhet. I miljö siffrorna ingår också information om varuhusens hyresgäster. Leveranskedjan behandlas i den omfattning som anges i väsentlighetsanalysen.

GRI-indikatorer har valts baserat på väsentlighet. Vårt mål är att rapportera relevanta indikatorer för de viktigaste verksamhetsländerna, vilka är Finland och Sverige baserat på omsättning och antalet anställda. På grund av skillnader i rapporteringen mellan affärsenheterna, rapporteras vissa indikatorer som beskriver personalen och miljön endast

för Finland. Dessa avvikelser samt principerna för redovisning och mätning beskrivs i samband med den aktuella indikatorn. Målet är att gradvis expandera och samordna rapporteringen så att den blir mer heltäckande.

Rapporten har inte granskats av en tredje part. De finansiella indikatorer som presenteras i bokslutet har granskats externt.

Stockmanns dotterbolag Lindex ger ut en egen CSR-rapport med mer detaljerad information om bolagets CSR-arbete, på webbplatsen [lindex.com](http://lindex.com).

## VÄSENTLIGHETS- BEDÖMNING

Vårt arbete fokuserar på de CSR-teman som är mest relevanta, för vår verksamhet. Att bedöma väsentligheter är en pågående process. Vår väsentlighetsbedömning baserar sig på en bred intressentundersökning som genomfördes åren 2012-2013. På basen av

STOCKMANNS CSR- TEMAN	STOCKMANNS VÄSENTLIGA ASPEKTER	ASPEKTGRÄNS
<b>KUNDER</b>	Kundbelåtenhet	Egen verksamhet
	Marknadsföring and produktmärkning	
	Kundintegritet	
<b>PERSONAL</b>	Sysselsättning	Egen verksamhet
	Relationer mellan personal och ledning	
	Hälsa och säkerhet i arbetet	
	Utbildning	
	Mångfald och jämställdhet	
	Icke-diskriminering	
<b>PRODUKTER OCH LEVERANS- KEDJAN</b>	Organisationsfrihet och kollektivavtal	Leveranskedja för egna varumärken samt egen import-verksamhet, produktsäkerhet och inköpsrutiner i egen verksamhet
	Kundernas hälsa och säkerhet	
	Material	
	Inköpsrutiner	
<b>MILJÖ</b>	Bedömning av leverantörer för miljö- och sociala aspekter	Egen verksamhet
	Energi	
	Utsläpp	
<b>EKONOMI OCH FÖRVALTNING</b>	Spillvatten och avfall	Egen verksamhet
	Ekonomiska resultat	Egen verksamhet
	Utvärdering av mänskliga rättigheter	Egen verksamhet och leveranskedja för egna varumärken
	Antikorrupsionsverksamhet	Egen verksamhet
	Konkurrensbegränsande beteende	Egen verksamhet





den bedömningen har vi definierat koncernens väsentliga teman samt de aspekter och indikatorer som rapporteras.

Under förberedelserna av Stockmanns CSR-strategi för 2016–2018 reviderades, omvärderades och uppdaterades dessa CSR-teman efter behov. År 2017 uppdaterades väsentlighetsbedömningen i enlighet med kraven i GRI-standarderna, och 22 relevanta aspekter identifierades.

## LINDEX

I syfte att bedöma aspekter som är specifika för Lindex verksamhet utför bolaget kontinuerligt en egen väsentlighetsbedömning, där affärsenhetens intressenters perspektiv och enhetens affärsverksamhet beaktas mera specifikt. Lindex bedömning kompletterar koncernens väsentlighetsbedömning. Under år 2017 genomförde Lindex en ny bedömning som grundar sig på kontinuerlig aktivering och en omfattande intressentundersökning. I undersökningen deltog representanter från personalen, ledningen, styrelsen, utvalda icke-statliga organisationer och andra organisationer, media, studeranden, leverantörer och kunder. Väsentlighetsbedömningen och resultaten av varumärkesundersökningen vägleder Lindex CSR-rapportering och -kommunikation. Särskilda fokusområden är hållbar produktion, material, cirkulär ekonomi, arbetsförhållanden, transparens och inköpspraxis.

# INTRESSENT-ENGAGEMANG

*Stockmann går en aktiv och pågående dialog med sina intressenter för att stärka relationerna och bättre kunna leva upp till förväntningar. Vi har identifierat fem intressentgrupper som mest påverkar, och påverkas av vår verksamhet.*

## KUNDER

Kunderna är en särskilt viktig intressentgrupp och ett av våra värden är att inspirera våra kunder. Vi har direkt dialog med våra kunder, i butikerna, via kundservicen och sociala medier. Vi använder en mängd olika verktyg för att förstå kundernas behov och förväntningar.

## PERSONAL

Vi värdesätter våra medarbetare och deras engagemang i vårt bolag. Vårt mål är att vara en eftertraktad arbetsgivare på arbetsmarknaden. Vi arbetar kontinuerligt för att förbättra atmosfären på arbetsplatsen och utvecklar dialogen med våra medarbetare. Dialogen sker på många olika sätt. Organisationens välmående och prestanda mäts.

## AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE

Stockmann strävar efter att vara ett attraktivt och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden. Vi ger aktieägare och investerare den information som krävs för börsnoterade bolag genom börsmeddelanden, finansiella rapporter och årsrapporter på koncernens webbplats, i webbsändningar och i form av återkommande möten för investerare samt i den årliga bolagsstämman.

## VARULEVERANTÖRER OCH TJÄNSTEFÖRETAG

Långvariga relationer med varuleverantörer och tjänsteföretag är en av nycklarna till vårt hållbarhetsarbete och vår kontinuerliga förbättring av produktionen. Alla leverantörer och tjänsteföretag förväntas följa Stockmanns uppförandekod. Vi för en aktiv direkt dialog särskilt med leverantörerna och tillverkarna av våra egna varumärken via våra lokala inköpskontor och via våra inköpare, i form av regelbundna besök och granskningar.

## MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER

Medverkan i olika nätverk, medlemskap i organisationer och andra metoder ger tillfälle till dialog med myndigheter och organisationer om förbättringsarbete och utvecklingsprojekt. Vi samarbetar med icke-statliga organisationer och deltar i olika former i välgörenhetsarbete. Vi publicerar allmän information på vår webbplats, besvarar specifika förfrågningar och deltar i seminarier.



# KUNDER

Kunderna är en särskilt viktig intressentgrupp för Stockmann och ett av bolagets värden som vägleder verksamheten är att ”inspirera våra kunder”. Vi värdesätter och lyssnar på våra kunder och gör varje kundmöte speciellt. Vi vill förbättra vår dialog med våra kunder för att bättre förstå deras behov och förväntningar gentemot Stockmann. Stockmann tillämpar gällande konkurrens och integritetslagstiftning i sin verksamhet och främjar fri konkurrens inom sin bransch.





Stockmannvaruhusen är kända för sin kundfokuserade service. En utomordentlig och professionell kundservice uppnås genom regelbunden personalutbildning, börjandes från omfattande introduktion. Vi koncentrerar oss på att leverera en förstklassig service som överträffar kundernas förväntningar. Verksamheten utvecklas på basis av kundenkäter samt på basen av respons från kunder och personal. Informationen om kundrelationerna används för att förbättra kundservicen och försäljningen, i den dagliga arbetsledningen, kompetensutvecklingen, vid ersättning och engagering samt vid utformningen av utbildningsprogrammen.

## KUNDBELÅTENHET

Stockmann och Lindex använder sina egna separat kundresponskanaler. Båda affärsenheterna följer med utvecklingen av kundbelåtenhet och varumärkesbilden på många olika sätt.

### STOCKMANN

- All feedback som mottagits via kundservice, per telefon, e-post eller via sociala medier samlas in och analyseras. Alla kunder som bett om svar kontaktas. Feedbacken av kunderna synliggörs även för dem som arbetar inom servicefunktionerna.
- Kvaliteten på kundservicen och den genomsnittliga svarstiden övervakas genom snabba och enkla "tummen upp eller



CSR TEMAN	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL OCH RESULTAT 2017	STATUS
<b>KUNDER</b>  <b>INSPIRATION TILL ANSVARSFULLA VAL</b>	Vi för en pågående dialog för att öka kundnöjdheten	Vi fortsatte den aktiva dialogen med alla intressenter. Varuhusen i Finlands Net Promoter Score (NPS) var 41 (2016: 40); inte ännu i nivå med det långsiktiga målet 60 (skala -100-+100). Av Lindex kunder i Sverige, Finland och Norge svarade 85 % att de skulle sannolikt eller mycket sannolikt rekommendera Lindex modebutik till sina vänner eller bekanta.	● Pågående
	Vi berättar om CSR-arbetet och hållbara val	Vi informerade i varuhusen, butikerna, via vår personal, sociala media, rapporter, webbsidor samt via svar till kunder, media och icke-statliga organisationer. Vårt mål är att ytterligare inspirera våra kunder till ansvarsfulla val.	● Målet uppfyllt
	Vi engagerar oss regelbundet i CSR- och välgörenhetsprojekt	Vi donerade provprodukter och material via våra partners, vi engagerade oss i välgörenhetsprojekt och engagerade våra kunder att delta i välgörenhetskampanjer.	● Målet uppfyllt
	Vi säkerställer kundens integritet	Noll kränkningar av kundens integritet inträffade, vilket var målet.	● Målet uppfyllt

ned"-frågor. Mest kundrespons ges före jul och under Galna Dagarna, och då är svarstiderna också längre än normalt.

- Kundtillfredsställelsen mäts regelbundet med hjälp av enkäter som skickas ut till stamkunderna. En av mätarna i enkäterna är Net Promoter Score (NPS), som berättar om kundens vilja att rekommendera Stockmann till sina vänner eller bekanta. NPS är också en av våra strategiska prestationsmätare.
- Sociala medier har blivit en allt viktigare kanal, genom vilken kunderna kan säga sin

åsikt. Vi betjänar olika målgrupper på Facebook, Twitter, Instagram och LinkedIn.

- Teman som fått mest respons var bl.a. Galna Dagar-kampanjen, nätbutiken och dess logistik och kundservice överlag, sortimentet samt inköpskassarna och deras avgiftsbelagdhet.



## LINDEX

- Kundrespons och feedback samlas in i nio av verksamhetslänarna via regelbundna kundförfrågningar i butikerna och via webbplatserna.
- Feedback samlas också in via sociala medier och via e-post och telefonsamtal som kommer till kundtjänsten, via varumärkesuppföljning samt genom att genomföra intervjuer med utvalda kundgrupper.
- Mest feedback fick sortimentet och kampanjerna, One Big Habit-kampanjen som handlade om inköpskassornas avgiftsbelagdhet, hållbarhet, speciellt angående kemikalier, samt More at Lindex stamkundprogrammet.

## TJÄNSTER FÖR ATT STÖDJA EN ANSVARSFULL LIVSSTIL

Vi erbjuder våra kunder ansvarsfulla köpplevelser, information om tillförlitliga alternativ samt berättar vi om vårt CSR-arbete. Vårt mål är att inspirera våra kunder med ansvarsfulla alternativ och erbjuda tjänster som stöder detta mål.

### Tips för att välja och vårda kläder

#### STOCKMANN

- Som en del av Stockmanns utmärkta kundservice erbjuds kunderna information om hur produkterna skall användas och

tvättas samt om återvinningsalternativ så att produktens livscykel kan förlängas och miljöpåverkan minimeras

- Vi erbjuder även moderådgivning och sömnadstjänster, som stöder kunden i valet av rätta produkter

#### LINDEX

- På Lindex webbplats finns tips och skötselråd som syftar till att minska plaggens miljöpåverkan. Personalen i butikerna utbildas för att kunna ge kunderna råd om ämnet.

### Möjligheter till återanvändning och återvinning

#### STOCKMANN

- Stockmann varuhusen började samarbeta med Emmy, en second-hand nätbutik för begagnade märkeskläder. I alla Stockmann varuhus i Finland finns det insamlingslådor dit Stockmanns kunder kan hämta kläder som de vill lämna till återanvändning. Försäljningsinkomsterna av kläderna kan laddas på Stockmann-presentkort.
- I Finland kan kunderna lämna tillbaka begagnade elektriska apparater, batterier, lysrör, energisparlampor och nagellacksburkar till Stockmannvaruhusen. Elapparater och batterier kan även återlämnas till varuhusen i Estland och Lettland.
- Olika återvinningskampanjer ordnas årligen tillsammans med varuleverantörerna. Till exempel genomfördes det i Stockmannvaruhusen i Finland en kam-

Stockmann-varuhusen ingick samarbeta med Emmy, en second-hand nätbutik för begagnade märkeskläder. Lindex samlade in sammanlagt 150 ton textilier från sina kunder.



#### LÄS MERA

[www.stockmanngroup.com/sv/csr-sv](http://www.stockmanngroup.com/sv/csr-sv)

panj tillsammans med Hackman med syfte att återvinna stekpannor och bestick. Knowledge Cotton Apparel - klädmärket samlar kontinuerligt in begagnade kläder.

## LINDEX

- Lindex provade på insamling av begagnade plagg i Sverige redan år 2014. Nu kan Lindex kunder lämna in begagnade textilier och plagg till alla Lindexbutiker i Sverige, Norge och Finland, och mängden av plagg har ökat från året innan. Under år 2017 samlade Lindex sammanlagt in över 150 (27) ton textilier. Återanvänd och återvinn-programmet är en del av Lindex långsiktiga mål till en sluten materialkrets.







## MARKNADS- KOMMUNIKATION OCH PRODUKTINFORMATION

Vi respekterar konsumentens rättigheter och bedriver vår marknadsföring på ett ansvarsfullt sätt. Verksamhetssättet är en del av koncernens uppförandekod (Code of Conduct). Marknadskommunikationen överensstämmer med reglerna för den Internationella handelskammaren (Consolidated ICC Code on Advertising and Marketing Communication Practice), konsumentskyddslagen och vår egen marknadsföringsstrategi.

### Marknadskommunikation

Vår marknadsföringspraxis undviker vilseledande metoder, t.ex. falska eller bedrägliga budskap, eller utelämnande av viktig information. Vår marknadsföring får aldrig vara olämplig eller stötande. Alla våra marknadsföringsplanerare känner till praxisen och följer den. Samtliga enheters marknadsdirektörer övervakar praxis.

Lindex har sin egen varumärkesstrategi och marknadsföringsinstruktioner gällande bilder, marknadsföringstexter, val av modeller och bildbehandling samt instruktioner för användning av sociala medier. Lindex är medlem i den svenska organisationen Reklamombudsmannen (RO), ett självreglerande organ som övervakar reklam. Företagen har inrättat RO för bedömning och upprätthållning av nivån på reklam. RO tar emot klagomål som rör reklam och utvärderar efterlevnad av

den Internationella handelskammarens marknadsföringsregler. Dessutom ger RO information, vägledning och utbildning om etisk marknadsföring.

I december 2017 väckte omslagsbilden i Stockmanns stamkundstidning en livlig diskussion i sociala median angående barns könsroller. Men inget formellt klagomål lämnades in om annonsen. Under rapporteringsperioden behandlade Reklametiska rådet i Finland ett klagomål från år 2016 angående Stockmann varuhusens skyltdockor. Klagomålet befanns vara grundlöst. Ett klagomål gjordes om Lindex i december. Klagomålet gällde Lindex reklamkampanj för damunderkläder: reklamen ansågs diskriminerande mot kvinnor. Reklamombudsmannen som övervakar reklamen gav sitt beslut i februari 2018 och befann att klagomålet var grundlöst.

### Produktinformation

Vi följer lagstadgade bestämmelser vid märkning av produkter. Utöver dessa etiketter kan även frivilliga etiketter, som berättar om produktens påverkan, fästas på produkterna. Modeprodukter som tillverkas av material med mindre miljöpåverkan, som ekologisk bomull eller av återvunna fibrer, märks tydligt med en etikett, såväl som i nätbutikens produktinformationsfält. Vi berättar för våra kunder om produkternas ursprung. Ursprungslandet är märkt på alla Stockmanns egna varumärkens klädesplagg och inredningstextilier. Ursprungslandet är också märkt i alla klädesplagg som säljs av Lindex.



#### STOCKMANN

- Produkter som är märkta med *Sustainable DESIGN*-etiketten, har ekologiskt bomull, lyocell eller återvunnen polyester använts som

material. På andra sidan av etiketten beskrivs materialet närmare.

- *Design From Finland*-etiketten berättar att produkten är designad i Finland vid Stockmanns egen modestudio.



#### LINDEX

- Produkter som är märkta med *Sustainable Choise*-etiketten berättar att man

använt sig av material och processer som belastar miljön mindre. Dessa material är Better Cotton, ekologisk och återvunnen bomull, lyocell, återvunnen

polyamid, -polyester och -ylle.

- *Premium Quality*-etiketten berättar att fibrerna som använts är av hög kvalitet som t.ex. ylle och silke.
- De flesta av de insydda etiketterna i plaggen är gjorda av återvunnen polyester.



## KUNDINTEGRITET

Stockmann och dess anställda skyddar kundernas integritet och okränkbarhet. Vi avslöjar inte eller använder någon kundinformation på annat sätt än vad som strikt överensstämmer med Stockmanns integritetspolitik. Utbildning om kundintegritet ingår i personalintroduktionen.

År 2017 hade Stockmanns stamkundsprogram ca 1,1 miljoner kunder och More at Lindex-stamkundsprogrammet hade 4,6 miljoner kunder. Bolagen har regelbunden kontakt med sina stamkunder och erbjuder dem exklusiva och ekonomiska förmåner. Stamkundssystemens datafilbeskrivningar finns på respektive enhets webbplats. Var och ett av stamkundsprogrammen har sitt eget kundregister, som sammanställts för att hantera kundrelationer och för kundservice samt marknadsföringsändamål. Kundernas personuppgifter och aktieägare som deltar i bolagsstämman behandlas konfidentiellt i enlighet med gällande lagstiftning.

Under rapporteringsåret fick Stockmann in flera frågor från kunder gällande användningen av personuppgifter. Dessa fall behandlades och ledde inte till några uppföljningsåtgärder. Det inkom inga klagomål eller varningar från myndigheterna gällande stamkundsystemen.

Stockmann förbereder sig för EU:s uppgiftsskyddsreform, som har som syfte att harmonisera dataskyddslagarna i hela Europa.

# PERSONAL

En motiverad och engagerad personal utgör ryggraden i vår verksamhet. Vi bemöter vår personal rättvist och jämlikt i enlighet med principen om lika möjligheter. De anställda betalas en skälig ersättning för sitt arbete och deras personliga och professionella utveckling uppmuntras. Vi uppmuntrar vår personal att sköta sitt välbefinnande och förser dem med sunda och säkra arbetsförhållanden. Vårt mål är att vara en attraktiv och omtyckt arbetsgivare på arbetsmarknaden.







**K**oncernens personalpolitik baseras på bolagets värderingar och HR-strategi samt koncernens uppförandekod. Utöver detta har samtliga affärsenheter egna, mer detaljerade personalpolicyer som främjar individers framgång och personalens välbefinnande. Genomförandet av god personalpolicy följs upp med personalenkäter, utvecklingssamtal samt genom övriga kanaler för respons. Samarbete äger även rum i lokala personalnämnder och i koncernnämnden. Personaldirektören, som rapporterar till Stockmannkoncernens verkställande direktör, ansvarar för bolagets personalfrågor.

## SYSSELSÄTTNING

Stockmannkoncernen är en betydande arbetsgivare i Finland och Sverige. För Finlands del har utvecklingen de senaste åren inte främjat sysselsättningen, utan syftet har varit att se till den befintliga personalen samtidigt som bolaget har fokuserat på sin kärnverksamhet, avstått från delar som hamnar utanför den och effektiviserat sin verksamhet.

Stockmann och S-gruppen avtalade i juni om försäljning av Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland till S-gruppens andelshandlar. Konkurrens- och konsumentverket godkände försäljningen i december och affären genomfördes den 31 december 2017. I sina varuhus i de baltiska länderna driver Stockmann fortsättningsvis affärsverksamheten i Delikatessen i egen regi. Genom affären övergick närmare 700 anställda som

CSR-TEMAN	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL (KPI) OCH UTVECKLING ÅR 2017	STATUS
<b>PERSONAL</b>  <b>MOTIVERADE OCH ENGAGERADE DETALJ-HANDELS-EXPERTER</b>	Vi ökar välbefinnandet på arbetet	Resultatet på OHI-enkäten (Organizational Health Index) som mäter organisationens hälsa och prestationsförmåga på Stockmann förbättrades till 54 (2016: 38) och nådde det uppsatta målet på 50 (skala 0–100). Vårt ambitiösa mål för fortsättningen är att nå resultatet 65 i enkäten för år 2018.	● Målet uppfyllt
	Vi uppmuntrar till tydliga roller och mål på arbetet	Cirka 95 % av Stockmanns personal i Finland hade utvecklingssamtal med sin chef, nästan det eftersträvade målet på 100 %. Dessutom införde man grupputvecklingssamtal inom varuhusverksamheten för att öka engagemanget. Alla fast anställda på Lindex har årliga utvecklingssamtal med sina chefer.	● Pågående
	Vi garanterar en säker arbetsmiljö	I Finland inträffade sammanlagt 85 rapporterade arbetsplatsolyckor och 52 på väg till och från arbetsplatsen (2016: 148+86). I Sverige rapporterades det 142 olyckor som inträffat på arbetsplatsen (132). Koncernens olycksfallsfrekvens var 25 (32) arbetsplatsolyckor per en miljon arbetstimmar, vilket var enligt målet. Målet för 2018 är inte mera än 20.	● Målet uppfyllt

gamla arbetstagare till en ny arbetsgivare. Personalen vid Delikatessen och Centralköket ingår inte i den personalstatistik som rapporteras för år 2017. Vad gäller jämförelsetalen har avgränsningen angetts för varje nyckeltal för sig.

Hösten 2017 flyttades lagerverksamheten i Riga till distributionscentralen i Jussla i Tusby, vilket ledde till att arbetsuppgiften för 41 anställda upphörde. Alla uppsagda erbjöds ersättande arbete med andra uppgifter i bolaget.

I oktober 2017 inledde Lindex ett omfattande program för att förbättra lönsamheten. Som en del av detta effektiviserar verksam-

heten särskilt på huvudkontoret i Göteborg samt i stödfunktionerna i Sverige, Norge och Finland, där man planerar att minska antalet anställningar med cirka 100 huvudsakligen under början av år 2018. Antalet butiksmedarbetare kommer inte att minskas.

Som en del av effektiviseringsåtgärderna inledde Stockmann i januari 2018 samarbetsförhandlingar som berör cirka 350 personer inom leveranskedjan, ekonomi och HR i Finland och som kan leda till att anställningen upphör för cirka 95 personer.

Grupputvecklingssamtal infördes inom varuhusverksamheten för att öka engagemanget.

## ANSTÄLLNINGAR

Inom detaljhandeln har behovet av visstidsanställda traditionellt varit stort, eftersom framför allt sommar- och julsäsongerna samt kampanjerna ökar behovet av säsongsanställda. Anställning av självständiga yrkesutövare och frilansare är mycket liten inom Stockmann-koncernen och begränsat till vissa enstaka personer inom marknadsföringen.

### STOCKMANN

- Användningen av visstidsanställda hos Stockmann har minskat samtidigt som man har gått över till att ta in varuhusens säsongsanställda till Galna Dagar och för julsäsongen via ett rekryteringsföretag.
- Stockmannvaruhuset och Lindex erbjuder många unga en möjlighet att bekanta sig med verksamheten inom handeln t.ex. genom läroanstalters praktikperioder. Antalet säsongsanställda var 300 (220), praktikplatser erbjöds till 330 (360) praktikanter. Vi investerade på ungdomar genom samarbete med yrkeshögskolan Laurea, vi deltog i Handelskammarens projekt Tusen unga ledare och erbjöd praktikplatser i programmet Annetaan 100 vuotta töitä (Vi ger 100 år av arbete).
- En stor andel av personalen i varuhuset är anställda av Stockmanns hyresgäster, t.ex. i restauranger och på partners avdelningar.

### LINDEX

- Lindex erbjuder praktikplatser såväl på huvudkontoret som i butikerna och har ett

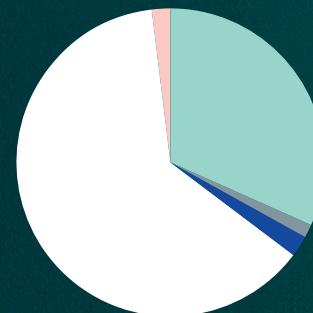
etablerat samarbete med olika universitet beträffande dessa positioner.

- På huvudkontoret arbetar årligen cirka 20 praktikanter, varav de flesta inom design- och inköpsorganisationen.
- Behovet av extra arbetskraft i Lindexbutikerna under sommar- och juledigheterna löses huvudsakligen genom att erbjuda fler timmar till deltids- och extraanställda. Lindex anställer årligen cirka 20 säsongsanställda till stödfunktionerna under sommar- och juledigheterna.

## PERSONALFÖRMÅNER

Stockmannkoncernen erbjuder personalförmåner enligt den lokala lagstiftningen i respektive verksamhetsland. Dessa förmåner kan bl.a. omfatta företagshälsovård, försäkring mot arbetsolyckor och yrkessjukdomar samt föräldraledighets- och pensionsförmåner. Personalförmånerna är samma för både deltids- och heltidsanställda.

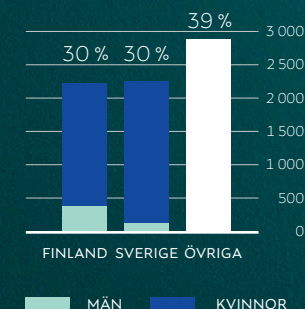
I de flesta verksamhetsländer erbjuds de anställda förmåner som klart överstiger kraven i lagstiftningen, som sjukförsäkringar och måltidsförmåner. Alla anställda har möjlighet att köpa produkter till personalpris i de butiker som ingår i koncernen. Därutöver får personalen bl.a. köpa provexemplar vid förmånliga personalförsäljningar. Anställda som har gjort en lång arbetskarriär inom bolaget belönas med förtjänsttecken. I alla enheter uppvaktas anställda på sin 50-årsdag. Stockmannkoncernen stöder sina fast anställdas rekreations- och fritidsverksamhet till exempel genom att



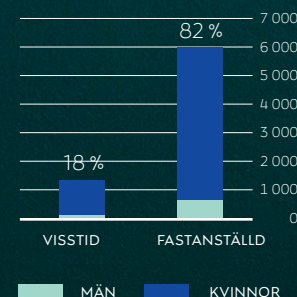
## PERSONAL PER ENHET

STOCKMANN RETAIL	32 %
REAL ESTATE	2 %
KONCERNENS GEMENSAMMA FUNKTIONER	2 %
LINDEX	63 %
INKÖPSKONTOR	2 %

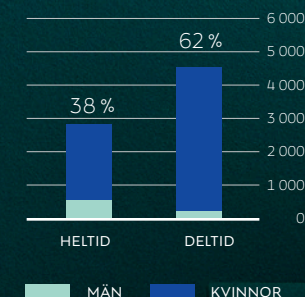
## PERSONAL PER LAND



## VISSTID / FASTANSTÄLLD



## HELTID / DELTID







ge stöd för motion och olika personalklubbar. På Stockmann belönas de anställda med en extra semester för 30 års anställning i bolaget. Dessutom uppvaktas de när de fyller 60 år. Lindexanställda i Sverige belönas för 25 års anställning.

## RELATIONER MELLAN PERSONAL OCH LEDNING

Stockmannkoncernen följer upp efterlevnaden av god personalpolicy med personalenkäter, utvecklingssamtal samt genom övriga kanaler för respons. Personalen involveras på många sätt i interaktion och diskussioner. Vi främjar en kultur av öppenhet och strävar efter att kommunicera ut sådant som gäller personalen så snabbt som möjligt. Detta sker såväl genom att

gå igenom Stockmanns situation avseende det ekonomiska resultatet som genom att sätta upp mål för vår prestation inom dessa områden. Det finns skäl att ytterligare förbättra kommunikationen i samband med struktur- och omvandlingssituationer för att nå alla personal-kategorier, även de som är frånvarande.

Två personalrepresentanter deltar i Stockmanns styrelsemöten och har närvaro- och yttranderätt på dessa möten. Den ena av dessa representanter väljs av personalrepresentanterna i Stockmanns koncernnämnd och den andra av sammanslutningen för de högre tjänstemännen på Stockmann.

### STOCKMANN

- Målet är att man har utvecklingssamtal med varje Stockmannanställd minst en

gång om året. Anställda i chefs- och expertbefattningar har utvecklingssamtal två gånger om året. Utfallet följs upp: år 2017 hade cirka 95 procent av Stockmanns personal i Finland utvecklingssamtal med sin chef. Dessutom införde man år 2017 grupputvecklingssamtal inom försäljning för att öka engagemanget.

- I Finland har affärsenheterna sina egna personalnämnder som sammanträder fyra gånger om året. En liknande modell finns även i Baltikum. Personalfrågor beträffande Finland behandlas i koncernnämnden som sammanträder två gånger om året.
- Finsk Handel och De högre tjänstemännen YTN avtalade våren 2017 om främjande av samarbete och företagsspecifik interaktion mellan förbunden. YTN anslöt sig som samarbetspartner i Finsk Handels framtidsprojekt. Stockmann kommer att fortsätta den positiva dialogen med den förtroende- man som representerar de högre tjänstemännen samt sammanslutningen av de högre tjänstemännen vid Stockmann, SYT.
- På de förtroendevaldas initiativ utvecklades samverkan bl.a. genom att avtala om samarbete och reformer gällande lokala samarbetsmöten. Förändringarna kommer att fastställas i koncernnämnden våren 2018.
- Stockmann var årets avancerare i undersökningsföretaget Universums undersökning om arbetsgivarimage. I undersökningen, som riktar sig till högutbildade yrkespersoner förbättrade Stockmann sin placering med femton platser och place-

rade sig på plats 32. Året innan placerades företaget på plats 47.

- Incitamentprogrammet förnyades år 2017, så att varje stockmannit nu är inkluderad i programmet. Försäljnings- och lagerpersonalen samt personalen inom stödfunktionerna och ledning har alla egna incitamentssystem, som har som mål att uppmuntra personalen till topprestationer och till att inspirera kunder.

### LINDEX

- Alla fast anställda på Lindex har årliga utvecklingssamtal med sina chefer. Liksom föregående år fortsatte man att anordna målsamtal enligt programmet för prestationsförmågan på Lindex huvudkontor och distributionscentral i Sverige varannan månad.
- Som en del av öppen kommunikation går vd:n igenom strategi och resultatutveckling på kvartalsbasis med hela personalen. Vid tillställningarna berättar man om hela koncernens och Lindex strategi och framtida utvecklingsmål samt svarar på frågor om dessa. Varje år efter semesterperioden hålls gemensamma inspirerande tillställningar för hela personalen, där man behandlar olika frågor som rör Lindex framtid, till exempel vision och strategi.
- Lindex för en regelbunden dialog med facken avseende bl.a. löner, organisationsförändringar och andra frågor som facken tar upp.



Modevisning  
för  
personalen

Stockmanns egna medarbetare och deras barn ställde upp som modeller i en modevisning. Visningen sammanställdes av en grupp volontärer som presenterade plagg ur höstkollektionen 2017 för Stockmanns egna varumärken.



## ORGANISATIONSRÄTT OCH RÄTT TILL KOLLEKTIVAVTAL

Stockmannkoncernen respekterar de anställdas grundläggande rättigheter, som organisationsfrihet och kollektiv förhandlingsrätt. I Finland omfattas cirka 80 (76) procent av Stockmannkoncernens personal av kollektivavtal. Samtliga anställda på Lindex i Sverige, Norge och Finland, med undantag för de högre tjänstemännen, omfattas av kollektivavtal. Bolaget följer inte upp organisationsgraden, men för statistik över de arbetstagare i Finland vars fackföreningsavgift uppbärs från lönen. År 2017 uppbär arbetsgivaren fackföreningsavgift direkt från lönen för 30 (30) procent av personalen i Finland. I andra länder har statistik över organisering inte samlats in.

## ARBETSHÄLSA, SÄKERHET I ARBETET OCH VÄLBEFINNANDE

Företagshälsovården arrangeras i alla verksamhetsländer i enlighet med lokala lagar och bestämmelser. Trivseln i arbetet och arbets säkerheten behandlas även regelbundet i arbetarskyddskommissioner som verkar i enlighet med kraven i den lokala lagstiftningen och som representerar alla personalgrupper. På både Stockmanns och Lindex enheter mäts trivseln i arbetet med hjälp av personalenkäter.

### STOCKMANN

- OHI-enkäten (Organizational Health Index) som mäter organisationens hälsa och

prestationsförmåga genomfördes bland Stockmanns personal för fjärde året i rad. Med hjälp av enkäten mätte man personalens arbetstillfredsställelse och organisations förmåga att nå sin fulla potential. Resultaten förbättrades avsevärt från förra årets resultat, 54 (38), och man nådde upp till målet som var 50 (skala 0–100). Resultatet representerar dock fortfarande det lägsta kvartalet i en internationell jämförelse. Vårt ambitiösa mål för fortsättningen är att nå resultatet 65 i enkäten för år 2018.

- Ärenden och bekymmer som togs upp av Stockmannpersonalen var arbetshälsa och hur man orkar i arbetet, planeringen av arbetsskift i varuhuset – vilket man vidtog åtgärder för att förbättra – samt kompetensutveckling.
- Kombinerandet av yrkes- och familjelivet och jämlikheten främjades bl.a. genom att förnya praxisen för distansarbete för att fler ska få chansen att jobba på distans. I november deltog Stockmann i den nationella Barn med på jobbet-dagen, där målet var att låta barnen bekanta sig med en närstående vuxens arbetsvardag samt att samla in fräscha utvecklingsidéer från barn för att förbättra arbetsgemenskapen.
- Man satsade på trivseln på arbetet även genom många små aktiviteter. Till exempel ordnades "trappdagen" samt "drömmarnas motionsdag" vid kontoret på Smedjevägen, arbetshälsodag i Itis, frivilliga synundersökningar samt ett motionsveckoslottteri ordnat av Otium-stiftelsen som har

grundats för att främja personalens arbets hälsa.

- Under år 2017 förklarades Stockmann som en rökfri arbetsplats. Bakgrunden till beslutet var viljan att öka den jämlika behandlingen samt främja hälsan och trivseln på arbetet. Vid behov kan man vända sig till arbetshälsovården för att få stöd med att dra ned på eller sluta med rökningen.
- Stockmann använder sig av en modell för tidigt ingripande som består av samtal om arbetsförmågan, uppföljning av sjukfrånvaro, stöd till återgången till arbetet och ett rusmedelsprogram. Samtalet om arbetsförmågan är ett verktyg för chefer. I konfidentiella samtal kan chefen och den anställda behandla förändringar i den anställdas arbetsförmåga. Uppföljningen av sjukfrånvaro kräver samarbete mellan chefen och företagshälsovården, och ibland deltar även representanter för personalen och HR. Olika program för att stödja återgången till arbetet, som arbetsprövning eller partiell sjukledighet, används aktivt. Bolaget har även ett rusmedelsprogram för att kunna ingripa vid missbruk av rusmedel. Principerna för modellen för tidigt ingripande finns tillgängliga på bolagets intranät och uppdateras regelbundet.
- På Stockmanns företagshälsovård behandlas frågor relaterade till arbetsförmågan på varje mottagningsbesök. Dessutom informerar man de anställda om yrkessjukdomar och andra risker som är kopplade till arbetet samt ger vid behov råd till exempel om arbetsergonomi. Chefens stöd, en

säker arbetsmiljö och möjligheten till näringsrik mat under arbetsdagen anses också ingå i främjandet av arbetsförmågan. På förebyggande arbete satsas även på arbetarskyddsdagen för hela koncernen.

### LINDEX

- Man genomför regelbundet en personalenkät som verksamhetsländerna turas om att besvara. Syftet med enkäten är att ytterligare förbättra rutinerna på Lindex. I mars 2017 skickades enkäten ut till 2 600 medarbetare i olika verksamhetsländer, förutom i Finland och vid huvudkontoret i Sverige, vilka deltog i enkäten år 2016, samt Norge där enkäten verkställs år 2018. Engagemanget, den upplevda kommunikationen och identifieringen med arbetsplatsen låg på en hög nivå jämfört med andra företag i motsvarande storlek. 81 % av de som svarade uppgav att de är engagerade vid Lindex och sitt arbete.
- Utvecklingsområden som personalen nämnde var teamarbete, kompetensutveckling för teamen och enheterna, uppställning av mål, organisering av arbetet

# 81 %

av respondenterna i personalenkäten ansåg att de är engagerade till Lindex och till deras arbete.





samt efterlevnad av antidiskrimineringspolicyn.

- Arbetshälsan stöddes genom att ordna föreläsningar om mindfulness för de anställda vid Lindex huvudkontor och distributionscentral i Sverige.
- Lindex följer upp hur de anställda utvecklas i arbetet och säkerställer stöd vid ett tidigt skede för att bibehålla arbetsförmågan och hälsan. Stöd förekommer i olika former, till exempel som stöd efter en lång sjukskrivning, försöksanställningsperioder, sjukskrivning på deltid och stöd vid behandling av beroenden. Mera information om programmen finns på intranätet. Lindex har ett nära samarbete med företagshälsovården Previa till exempel när det gäller arbetsrelaterade sjukdomar och andra risker som är kopplade till arbetet. De anställda kan bland annat få råd om val av en lämpligare arbetsstation.

## ARBETSOLYCKSFALL OCH SJUKFRÅNVARO

Arbetsolycksfall och sjukfrånvaro rapporteras i tabellen Personalstatistik 2017. De flesta av olyckorna i Sverige berodde på halkningar samt olyckor i samband av lyft eller fallande av saker. En av olyckorna ledde till sjukfrånvaro.

År 2017 omfattade företagshälsovården alla anställda i Finland som varit anställda i minst fyra månader, det vill säga totalt 1 989 (2 358) personer. Företagshälsovården för koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av både en egen företagshälsovårdsstation och utlokaliserade tjänster. Koncernens

egen företagshälsovårdsstation i Helsingfors betjänar huvudsakligen alla anställda i huvudstadsregionen. På andra håll i Finland och på Lindex i Finland har företagshälsovården utlokalisierats. Kostnaderna för företagshälsovården i Finland uppgick till sammanlagt 1,4 (1,7) miljoner euro. Företagshälsovårdens nettokostnad per anställd i Finland år 2017 uppgick till cirka 330 (230) euro.

## UTBILDNING

Systematisk, kontinuerlig utbildning är en del av vår personalpolicy och består främst av olika interna träningar och utbildningstillställningar, där representanter från olika affärsenheter och för personalkategorier deltar.

### STOCKMANN

- Det genomsnittliga antalet utbildningstimmar vid affärsenheterna Stockmann Retail och Real Estate i Finland var 8,4 timmar per anställd. Antalet utbildningstimmar var totalt 20 000 (35 000), vilket inkluderar utbildning för chefer, försäljning- och produktutbildningar samt utbildning som leder till yrkesexamen eller annan utbildning som ökar yrkeskompetensen.
- Stockmann i Finland arrangerar ett mångsidigt utbud av olika träningar, bl.a. utbildningar relaterade till produktkunskap, försäljning och service, introduktion av nyanställda samt coachning med syfte att höja personal- och kundupplevelsen.
- I början av år 2017 fick hela försäljningspersonalen träning i ett nytt försäljningskoncept

genom en utbildning i spelform. Därutöver inleddes utvecklingen av ledningsgruppsarbetet inom försäljning hösten 2017.

- Stockmann stöder kombinerad av arbete och studier till exempel genom att erbjuda möjlighet till läroavtalsutbildning.
- Den webbaserade utbildningen i Stockmannkoncernens uppförandekod fortsatte under hösten bland ledningen av servicefunktionerna och försäljningen. År 2018 kommer utbildningen att fortsätta bland personalen inom försäljning och logistik.

### LINDEX

- Det genomsnittliga antalet utbildningstimmar på Lindex var totalt 10,1 timmar (år 2016: 8,8 timmar, varav 72 % bestod av utbildning och 28 % av introduktion).
- På Lindex främjas kontinuerlig yrkesmässig utveckling genom flera olika interna kurser och aktiviteter. Därtill erbjuds extern ledarskapsutbildning. För de anställda på huvudkontoret erbjöds bl.a. utbildning som handlade om att sätta upp mål samt mindfulness. Inom planerings- och inköpsorganisationen anordnades ett kompetensprogram på ett år. Andra utbildningsämnen som riktades till vissa personalkategorier var produktivitet utan stress och teamledning utan chefsbefattning. Till chefsutbildningarna hörde bl.a. coachning, ledarskap och utbildningar i intervjuetekniker.

## KOMPETENSUTVECKLING OCH JOBBROTATION

Kontinuerlig utveckling i yrket och en aktiv intern arbetsmarknad hör till Stockmanns styrkor. Möjligheten att byta uppgifter mellan affärsenheter, funktioner och olika länder bidrar till inläringen och att kunnig personal stannar kvar på bolaget. Många personer med ledande befattning inom koncernen har erfarenhet från olika håll i bolaget, exempelvis från kundservice.

På Lindex uppmuntras de anställda till arbetsrotation mellan butiker och kontor, liksom mellan landsorganisationer och huvudkontoret, för att skaffa sig nya erfarenheter och få en ökad förståelse för bolagets verksamhet. Denna möjlighet anses viktig för utvecklingen av Lindex och som en förutsättning för en kompetent personal. Möjligheter att förflytta sig till en ny position inom företaget tillhandahålls genom en inre kanal, och dessa möjligheter omfattar även en kort praktik i en annan roll. På Lindex huvudkontor i Sverige genomfördes år 2017 ett lyckat talangprogram i pilotform för att förbereda inköpsassistenter för nya arbetsroller.

## MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET, JÄMLIKA MÖJLIGHETER OCH FÖRBUD MOT DISKRIMINERING

Stockmann behandlar alla sina medarbetare rättvist och jämlikt samt sätter värde på mång-



falden bland de anställda. Diskriminering är absolut förbjudet.

## STOCKMANN

Stockmann har en jämställdhetsplan som uppdateras regelbundet och godkänns av bolagets personalnämnd. Syftet med jämställdhetsplanen är att med hjälp av statistik lyfta fram strukturella problem med arbetsuppgifter och sätta upp mål för att uppnå en mer jämställd arbetsmiljö.

Genomförandet av jämlikhet främjas i alla personalkategorier. Ömsesidig respekt och efterlevnad av gemensamt fastställda regler är en del av detta. Vid rekrytering är vi fördomsfria inför kandidatens bakgrund och vi vill satsa på mångfald inom arbetsgemenskapen. Kandidaterna bedöms i en anda av lika möjligheter. Arbetsuppgifterna är utformade för att passa både kvinnor och män. Vi ser till att befattningar, kompetenskrav och titlar är könsneutrala. Ålder, kön eller religiös tro beaktas endast om det finns en välgrundad anledning till detta baserat på arbetsuppgifterna. Olika åldersgrupper är välrepresenterade i bolaget. För att balansera åldersfördelningen bland försäljarna fäster vi särskild vikt vid att rekrytera kompetenta kvinnliga och manliga anställda i medelåldern till Stockmanns varuhus. Personalplaneringen har utvecklats för att säkerställa ett jämlikt bemötande bl.a. avseende tilldelandet av extra arbetstimmar samt fördelningen av ledigheter och söndagsarbete samt genom att förnya praxisen för distansarbete för att fler ska få chansen att jobba på distans. Inom HR-busi-

ness Partner-verksamheten samarbetar man aktivt med cheferna för att hantera och förebygga eventuella incidenter som handlar om trakasserier, diskriminering, jämlikhet, atmosfär och arbetsork.

## LINDEX

Lindex har en egen jämställdhets- och mångfaldsplan. Under året reformerades och förankrades policyn mot trakasserier och diskriminering i syfte att tydliggöra hur förbrytelser ska hanteras och hur de kan förebyggas. Mångfald ses som en konkurrensfördel för ett internationellt modehus, där de anställda förenas av sin passion för mode, kunder och handel. Lindex sätter värde på sina anställda och utvecklar deras arbetsprestation och kompetens oavsett ålder eller etnisk bakgrund. Företaget vill uppfattas som attraktivt för både kvinnor och män. Det aktiva jämställdhets- och mångfaldsarbetet inom Lindex bidrar till ökad motivation och tillfredsställelse bland de anställda, vilket i sin tur ökar företagets konkurrenskraft och lönsamhet. Majoriteten av Lindexanställda är kvinnor. Det har visat sig att vara en utmaning att locka manliga kandidater att söka jobb i Lindex butiker och i viss mån även kontorsarbeten. Könsfördelningen är mer balanserad i stödfunktionerna, som inom IT och liknande.

## MÅNGFALDEN BLAND PERSONALEN OCH INOM FÖRVALTNINGEN

Vid valet av styrelsemedlemmar strävar man efter att ta hänsyn till mångfald genom att de

## PERSONAL ENLIGT KÖN

MÄN/KVNNOR	2017	2016	2015
Hela personalen, %	9/91	10/90	13/87
Med direktör-titel, koncernen, %	50/50	44/56	41/59
Koncernens ledningsgrupp, personer (%)	6/6 (50/50)	6/5 (55/45)	9/2 (82/18)
Styrelsen, personer (%)	6/2 (75/25)	5/3 (63/37)	5/3 (63/37)

2016–2017 Exklusive Delikatessens affärsverksamhet i Finland som redovisas som en avvecklad verksamhet.

2015–2017 Exklusive varuhusverksamheten i Ryssland som redovisas som en avvecklad verksamhet.

## PERSONAL ENLIGT ÅLDERSGRUPPER 2017

MÄN/KVNNOR	under 25 år	25–34 år	35–44 år	45–54 år	55 år eller över
Hela personalen, %	20 (6/94)	27 (9/91)	21 (13/87)	17 (11/89)	13 (18/82)
Koncernens ledningsgrupp, personer	–	–	0/3	6/2	–

Exklusive Delikatessens affärsverksamhet i Finland som redovisas som en avvecklad verksamhet.

## KVNNORS GRUNDLÖN I FÖRHÅLLANDE TILL MÄNS LÖN ENLIGT PERSONALKATEGORI, STOCKMANN FINLAND

INDEX	2017	2016	2015
Försäljare (timlön)	99	98	100
Lageranställda (timlön)	95	94	98
Kontorsanställda (månadslön)	96	97	97
högre tjänstemän och personer i ledande befattning (månadslön)	80	83	87

2017 Exklusive Delikatessens affärsverksamhet i Finland som redovisas som en avvecklad verksamhet.

Indexet är enbart riktigivande, eftersom det inte tar hänsyn till mångfalden av arbetsroller och beskrivningar i varje kategori.

valda personerna ska representera olika yrkeskåror, utbildningsområden, internationella bakgrunder, åldrar och kön.

Uppgifter om de anställdas genomsnittliga ålder finns i tabellen "Personalstatistik".

## JÄMSTÄLLDA LÖNER FÖR KVNNOR OCH MÄN

Ett av delområdena i jämställdhetsplanen är jämställda löner.





## STOCKMANN

För att främja lika lön sågs svårighetsgraderna för befattningarna på Stockmann över år 2016. Samtidigt justerades lönerna för att motsvara svårighetsgraderna. Lika lön för kvinnor och män följts upp i Finland med hjälp av ett index för tim- eller månadslön som jämför lönen för kvinnor och män (index 100) enligt personal-kategori. Indexet har senast uppdaterats den 31 december 2017. Löneskillnader beror bl.a.

på olikheten av befattningar inom samma svårighetsgrad samt kompetensskillnader som indexet inte tar hänsyn till. Delvis förklaras skillnaderna av att män arbetar inom chefs- och IT-befattningar.

## LINDEX

År 2016 började Lindex jämföra lönerna i syfte att identifiera eventuella löneskillnader mellan män och kvinnor som arbetar med samma

uppgifter. Lindex personalpolitik bygger på en konkurrenskraftig ersättning på varje marknadsområde, där lönen är kopplad till ansvaret och prestationen i befattningen. Lindex accepterar inte löneskillnader som baseras på kön, funktionell begränsning, ursprung, könsidentitet, sexuell läggning, religion och annan trosuppfattning, ålder eller föräldraskap. Lönejämförelser sker i enlighet med de gränser som sätts i kollektivavtalet.

## TRAKASSERI OCH DISKRIMINERINGSFALL

Under rapporteringsåret förekom inga fall av sexuella trakasserier, religiösa eller politiska diskrimineringar inom Stockmann. Personalavdelningen behandlade ett klagomål gällande partiskt agerande av en chef. Under rapporteringsåret uppdagades ett fall av trakasseri avseende AB Lindex verksamhet. Fallet löstes i samarbete mellan Lindex personalavdelning och fackföreningen. Därutöver avslutades behandlingen av ett klagomål från 2016 gällande diskriminering av en arbetssökande hos funktionerna inom Lindex i Norge, och jämställdhetsombudsmannen befann klagomålet ogrundat. I de övriga verksamhetsländerna anmäldes och behandlades inga fall av diskriminering eller trakasseri.

## PERSONALSTATISTIK

	2017	2016	2015
Antal anställda den 31 december	<b>7325</b>	7572	9734
i Finland (män/kvinnor)	<b>362/1850</b>	430/2133	974/3481
i Sverige (män/kvinnor)	<b>116/2118</b>	128/2254	128/2422
Antal anställda i medeltal	<b>7360</b>	8164	10762
Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda	<b>5486</b>	5960	7643
Personal enligt anställningsförhållande och -kontrakt			
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor)	<b>18 (6/94) / 82 (10/90)</b>	17 (7/93) / 83 (11/89)	20 (8/92) / 80 (15/85)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Finland	<b>10 (14/86) / 90 (17/83)</b>	8 (10/90) / 92 (17/83)	17 (16/84) / 83 (23/77)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Sverige	<b>16 (4/96) / 84 (5/95)</b>	22 (5/95) / 78 (6/94)	23 (3/97) / 77 (6/94)
Andel av heltids-/deltidsanställda av personalen, %	<b>38/62</b>	40/60	39/61
i Finland (män/kvinnor)	<b>46 (24/76) / 54 (10/90)</b>	52 (24/76) / 48 (10/90)	47/53
utomlands (män/kvinnor)	<b>35 (15/85) / 65 (2/98)</b>	34 (17/83) / 66 (2/98)	32/68
Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt, %	<b>19</b>	21	17
i Finland	<b>17</b>	22	11
i Sverige	<b>6</b>	6	5
Nya fast anställda anställdes, %	<b>18</b>	14	11
i Finland	<b>10</b>	5	3
i Sverige	<b>5</b>	4	4
Personalkostnader, milj. euro	<b>236,2</b>	270,4	321,5
Personalkostnader, andel av omsättningen i %	<b>22,4</b>	23,0	22,4

2016–2017 exklusive personalen i Delikatessens verksamhet i Finland, som redovisas som avvecklad verksamhet.  
2015–2017 exklusive varuhusverksamheten i Ryssland, vilket redovisats som avvecklad verksamhet

	2017	2016	2015
Personalens genomsnittliga ålder	<b>37</b>	37	36
i Finland	<b>39</b>	40	38
i Sverige	<b>38</b>	37	37
Sjukfrånvaro, %	<b>4,1</b>	4,7	4,5
i Finland	<b>3,8</b>	4,3	4,4
i Sverige	<b>4,6</b>	5,1	4,9
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen + på resor till och från arbetsplatsen i Finland, st.	<b>85+52</b>	148+86	127+71
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Sverige, st.	<b>142</b>	132	113
Kostnader för personalutbildning i Finland (utan direkta lönekostnader), milj. euro.	<b>0,2</b>	0,3	0,4

Inkluderar personalen i Delikatessens verksamhet i Finland.  
2015–2017 exklusive varuhusverksamheten i Ryssland, vilket redovisats som avvecklad verksamhet  
Omräkning av information: Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Sverige 2016.

# PRODUKTER & LEVERANS- KEDJAN

Vi erbjuder våra kunder ett omfattande utbud av säkra och hållbara kvalitetsprodukter med ansvarsfulla alternativ. Vi lyfter fram ansvarsfulla bränd och miljövänliga produkter. Vi lägger fokus på en ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja. Vi ökar andelen ansvarsfulla material i våra egna märkeskläder.



DESIGN<sup>®</sup>  
FROM  
FINLAND

cut & pret





Stockmanns varuhus och Lindex modebutiker erbjuder ett omfattande produktsortiment, som består av hundratusentals produkttitlar. Produkterna som säljs hos oss måste alltid uppfylla de kvalitets-, miljö- och produktkrav som gäller.

### Ansvarsfulla produkter som en del av varuhusens utbud

Stockmannvaruhusens breda produktsortiment erbjuder kunderna möjligheter att göra ansvarsfulla köpbeslut. Inom mode, kosmetik och hushållsartiklar finns det möjlighet att välja ekologiska produkter, produkter tillverkade av återvinningsmaterial och produkter med ekomärkning, som Svanen-märket, energimärket och Ökotex 100-märket. Stockmann uppmuntrar försäljningspersonalen till att identifiera ekomärkta produkter inom sina ansvarsområden och erbjuda dessa åt miljömedvetna kunder vid behov.

Olika märkningar gällande miljöaspekter, hållbarhet och ursprung finns att tillgå. Försäljarnas kunskap om ekomärkningar kontrolleras årligen vid ISO14001-revisioner. Vårt mål är att än bättre erbjuda ansvarsfulla alternativ till kundernas kännedom.

Vårt mål är att göra hållbara val mer kända bland våra kunder.

CSR-TEMAN	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL (KPI) OCH UTVECKLING ÅR 2017	STATUS
<b>PRODUKTER</b>  <b>KVALITETS-SORTIMENT MED HÅLLBARA VAL OCH EN TRANSPARENT LEVERANSKEDJA</b>	Vi erbjuder ett brett utbud av säkra och tillförlitliga kvalitetsprodukter	En offentlig produktåterkallelse gjordes gällande egna varumärkesprodukter. Återkallelsen gällde ett sockpar i Lindex urval, som inte uppfyllde bolagets säkerhetskrav gällande kemikalier. Vårt mål är noll produktåterkallelser gällande egna varumärken och egen import.	● Pågående
	Vi marknadsför hållbara varumärken och miljövänliga produkter	Vi delade mer information till våra kunder om hållbara och miljövänliga produkter i vårt utbud genom att marknadsföra dem på försäljningsgolvet och i våra kommunikationskanaler. Sustainable DESIGN – etiketten togs i bruk i Stockmanns egna varumärkeskläder, för att förse våra kunder med information om de ansvarsfulla material som använts i produkten. På Lindex märks produkterna med Sustainable Choice – etiketten.	● Målet uppfyllt
	Vi ökar användningen av hållbara material i kläder i våra egna varumärken	Redan 10 % av Stockmanns egna varumärkeskläder tillverkades av ekologisk bomull eller lyocell, efter ett försök som inleddes bara ett år innan. I kollektionen för år 2018 förväntas andelen av ansvarsfulla material öka betydligt. Redan 55 % av Lindex kläder är tillverkade av ansvarsfulla material och 95 % av bomullen är hållbart.	● Målet uppfyllt
	Vi förbättrar insynen i våra egna varumärkens leveranskedja	Vi offentliggjorde en utförlig lista över leverantörer och fabriker för våra egna modemärken, vilket var målet. Området av hemprodukter ska ingå för år 2018.	● Målet uppfyllt
	Vi samarbetar för att förbättra arbetsförhållandena i våra egna varumärkens leverantörsnätverk	100 % av våra egna varumärkes leverantörer och producenter har undertecknat Stockmanns Supplier Code of Conduct-uppförandekod, amfori BSCI-uppförandekod eller liknande principer. Dessutom är vårt mål att alla egna varumärkesproducenter i riskländer ska genomgå en amfori BSCI-revision innan utgången av år 2018. Vi fortsatte arbetet mot målen.	● Pågående



## KUNDERNAS HÄLSA OCH PRODUKTSÄKERHET

Stockmannkoncernen är ansvarig för säkerheten hos de produkter som säljs och för att säkerställa att de inte utgör en risk för kundernas hälsa eller egendom. Bolagets inköpsorganisation säkerställer att produkterna överensstämmer med gällande krav i kemikalie- och produktsäkerhetslagstiftningen och övriga ikraftvarande krav. Produkterna testas regelbundet av tillverkarna och importörerna. Stockmann testar produkterna för egna varumärken och egen import. Testningen görs med hjälp av prover och på basis av en riskanalys. Produkttestningen säkerställer att produkterna uppfyller alla kvalitets- och säkerhetskrav som lagstiftningen ställer samt eventuella Stockmanns egna, striktare krav.

Utöver detta följer Stockmann upp produktanmälningar från EU i syfte att informera kunder så snabbt som möjligt om produkter som kan vara farliga för användaren. RAPEX, EU:s system för snabba varningar, underlättar utbytet av information mellan medlemsstaterna och kommissionen om åtgärder som vidtagits för att förhindra eller begränsa saluföring eller användning av produkter som medför en allvarig risk för konsumenters hälsa och säkerhet. Därutöver främjas och övervakas produktsäkerheten av finska Tullen och Säkerhets- och kemikalieverket Tukes.

Eventuella produktåterkallelser hanteras enligt interna anvisningar för återkallelser, som fastställer ansvarsområden och nödvändiga

åtgärder. Under året gjordes en offentlig produktåterkallelse av ett par strumpor i ett paket av tre par strumpor, vilka inte uppfyllde de av bolaget fastställda kemikaliebegränsningarna. Vårt mål är att inga produktåterkallelser skulle ske för egna varumärkesprodukter eller själv importerade produkter.

## MATERIAL

Ansvar är en integrerad del av kläddesign samt inköp av material och produkter inom Stockmannkoncernen. Vårt mål är att systematiskt öka mängden material som har mindre skadlig miljöpåverkan, eller s.k. hållbara material, såsom ekologiskt odlad bomull, lyocell och återanvänd fiber i koncernens egna modermärkesprodukter. Med hållbar bomull menas ekologiskt odlad bomull, BCI-bomull (Better Cotton) eller återvunnen bomull.

### STOCKMANN

- Ansvarfulla material lanserades i Stockmanns egna märkesprodukter år 2016 och 10 % av Stockmanns egna märkesvaror år 2017 tillverkades av ekologisk bomull eller lyocell. År 2018 förväntas andelen vara betydligt högre. Produkterna finns bland dam-, barn- och herrkläder.

### LINDEX

- Hållbarhet är en del av Lindex långsiktiga strategi. Ett av målen är att 80 % av Lindex kläder år 2020 ska vara tillverkade av hållbara material, i mer ansvarsfulla processer och produktionsanläggningar



Stockmann uppfyller kraven för REACH och strävar aktivt efter att minska användningen av skadliga kemikalier i alla sina produkter.

# 55 %

av Lindex kläder och 10 % av Stockmanns egna märkeskläder är tillverkade av hållbara material.

- 55 % (51) av Lindex produktsortiment tillverkades av hållbara material år 2017 och 95 % (91) av bomullet var hållbart producerat. Totalt tillverkades 33 miljoner hållbara plagg. 100 % av Lindex kollektion för nyfödda är tillverkat av hållbara material.
- I mars 2017 lanserade Lindex Re: Design-kollektionen, som består av upcyclade produkter tillverkade från tidigare säsongers Better Denim-plagg som har gjorts om i Borås, Sverige.
- 100 % av Lindex denimprodukter är 'Better Denim', som tillverkas av hållbara material och med processer som sparar vatten, energi och kemikalier. Under hösten 2017 lanserade Lindex 'Even Better Denim'-produkter, vars tvättprocess är än mer hållbar. I processen används endast 2 liter vatten vid tillverkning av jeans, mot 50-70 liter vatten vid tvättprocessen av ett traditionellt tillverkat jeanspar. Vid tillverkningen av jeans används också den renaste indigofärgen i branschen, liksom mer ekologiska detaljer som knappar, blytlås och fickpåsar. Jeansmaterialet innehåller bl.a. av kunderna återvunnen bomull och återvunnen polyester.

### ANVÄNDNINGEN AV KEMIKALIER

Vid tillverkning av kläder används kemikalier t.ex. vid färgning, tryck och tvätt. Stockmannkoncernen uppfyller kraven för REACH och vi arbetar aktivt med att begränsa användningen av skadliga kemikalier i alla våra produkter. Som en del i koncernens arbete med att minska användningen av farliga kemikalier har





användningen av perfluorerade föreningar (PFC) förbjudits sedan år 2014. Förbudet inverkar på alla ytterkläder i Lindex sortiment och på alla ytterkläder för barn i Stockmanns egna varumärken, som nu behandlas med skyddsämnet Bionic-finish®ECO istället. Lindex deltar i ett kemikalienätverk vid namn Dialogue grupp, tillsammans med Sveriges Kemikalieverk och oika kosmetikmärken. Lindex har frivilligt infört ett förbud mot olösliga mikrokulor i spolprodukter. Användningen av vissa dofter och konserveringsmedel i kosmetiska produkter för barn har också förbjudits frivilligt.

## FÖRPACKNINGSMATERIAL OCH INKÖPSKASSAR

Stockmann har som mål att inhämta högkvalitativa förpackning på marknaden samtidigt som miljöbelastningen av dess förpackningsmaterial hålls så låga som möjligt samt för att minska onödiga förpackningsmaterial genom att förbättra materialeffektiviteten. Vi följer utvecklingen inom teknik och lagstiftning samt kundupplevelserna noga för att proaktivt kunna erbjuda nya lösningar för förpackningsmaterial. Vi utnyttjar den finska 'Optikassi 2009'-undersökningen om miljöpåverkan under förpackningsmaterialens hela livscykel. Stockmann-koncernen rapporterar om användningen av förpackningsmaterial i enlighet med EU:s förpackningsdirektiv.



Vi utvecklade våra inköpskassar att bli mer hållbara och förde kampanjer för att minska antalet kassar tillsammans med WWF Finland.



### LÄS MER

<http://www.stockmanngroup.com/sv/csr-sv>

## STOCKMANN

- Stockmann har förbundit sig till det samhälleliga åtagandet för hållbar utveckling i syfte att minska på antalet plastkassar. I enlighet med detta har vi slutat dela ut avgiftsfria plastpåsar vid kassor och ökat kommunikationen i butikerna om alternativa mer hållbara alternativ
- I september 2017 inledde vi avgiftsbelagdhet för inköpskassar och kampanjerade tillsammans med WWF för en minskning av inköpskassar. Minskningen i efterfrågan på månadsnivå var hundratusentals, och under Galna Dagarna föll antalet till hälften.
- Stockmanns plastpåsar är till 80 % tillverkade av återvinningsmaterial. Papperskassarna är tillverkade av FSC-certifierat trä, som kommer från ansvarsfullt skötta skogar.
- Vi rekommenderar hållbara bärkassar som det bästa alternativet. Utbudet av hållbara bärkassar har ökat, samtidigt som hela vårt sortiment av inköpskassar har blivit förnyats och blivit mer ansvarsfullt, bl.a. genom att byta den minsta påsen från plastpåse till papperspåse.
- Pappkartongerna som används för förpackning i nätbutiken stockmann.com är delvis tillverkade av återanvänd fiber.

## LINDEX

- Lindex plastpåsar består till 60 % av konsumenterna återvunnen plast, till 20 % av industriellt återvunnen plast och till 20 % av förnybart ostronskalspulver.

- Lindex inköpskassar blev först avgiftsbelagda i Sverige i juni 2017. Förändringen minskade efterfrågan på inköpskassar betydligt: endast ca 30 % av kunderna köper en kasse.
- One Bag Habit kampanjen, ett gemensamt initiativ lanserat av Lindex och två andra svenska modehus, för att minska antalet inköpskassar som konsumeras, utökades till Finland, Baltikum och Storbritannien i början av år 2018. Intäkterna från påsarna doneras till välgörenhetsändamål som främjar hållbar utveckling.

## INKÖPSPRAXIS

En ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja är ett av Stockmanns CSR-fokusområden och viktigt för våra intressenter. Vårt ansvarsarbete och rapportering baserar sig på riskbedömning och påverkningsmöjligheter. Mode står för ca 80 % av koncernens omsättning, och därför fokuserar vi särskilt på ansvar inom leveranskedjan för mode samt produktionen av Stockmannkoncernens egna varumärken, som vi bäst kan påverka.

Våra intressentgrupper, inklusive våra kunder, myndigheter och frivilligorganisationer uppvisar ett ökat intresse för vårt arbete inom leveranskedjan. Frågor som tas upp är bland annat våra inköpsrutiner, tillverkningsländer, vår uppförandekod för varuleverantörer samt mänskliga rättigheter såsom skälig lön organisationsfrihet och bedömningar av spårbarhet, våra egna revisioner och avhjälpande av brott mot mänskliga rättigheter.



## Hörnstenarna i vår ansvarsfulla inköpspraxis

- Vi har en gemensam uppförandekod för att säkra mänskliga rättigheter och arbetsrättigheterna i alla produktionsländer
- Vi gynnar långsiktiga relationer med leverantörer och koncentrerar produktion enligt möjligheter
- Vi är i nära kontakt med de viktigaste leverantörerna via våra lokala inköpskontor
- Uppförandekodens efterlevnad följs upp genom revisioner av egna och tredje part
- Vi vill vara transparenta: Vi delar information om vår inköpspraxis och tillverkningsländer och publicerar våra leverantörer och fabriker

Stockmann kräver även att alla dess varuleverantörer binder sig vid bolagets uppförandekod eller uppvisar förbindelse med liknande koder. Ansvarsfrågor diskuteras vid inköpsförhandlingar och vid uppgörandet av leverantörsavtal.

Välkända internationella och inhemska märkesprodukter utgör huvudparten av varuhusens utbud. Dessutom finns det ett brett sortiment av de egna märkenas designade dam-, herr- och barnkläder och inredningsprodukter som inte kan hittas någon annanstans. Nästan alla produkter som säljs på Lindex är egna varumärken

### INKÖSPRAXIS FÖR LEVERANTÖRER AV EGNA MÄRKEN

Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar, utan de egna märkesprodukterna tillverkas av kontraktsleverantörer. Vid val av leverantör uppmärksammar vi många faktorer. De viktigaste kriterierna är att möta Stockmannkoncernens behov, leverantörens know-how och leveransförmåga, kvalitet och pris, ansvar, särskilt när det gäller arbetsförhållanden och miljöfrågor samt möjlighet till långsiktigt samarbete. Alla fabriker måste uppfylla Stockmannkoncernens startkrav och förbinda sig till den gemensamma uppförandekoden och kontinuerlig förbättring. Vårt mål är ett långsiktigt samarbete med leverantören.

### Ett nära samarbete med leverantörer

Stockmannkoncernen har sex lokala inköpskontor i Kina (Shanghai och Hong Kong),

Bangladesh, Indien, Turkiet och Pakistan. Kontoren spelar en viktig roll när det gäller att utveckla arbetsförhållanden och att identifiera risker. Tillsammans sysselsätter kontoren totalt 135 medarbetare och deras uppgift är att övervaka inköp och produktion. Inköpskontoren granskar rutinerna i varje fabrik som de anlitar innan några beställningar görs. Efter den preliminära kontrollen fortsätter det systematiska ansvarsarbetet. Cirka 90 % av Lindex produkter och cirka hälften av Stockmanns egna varumärken köps via våra inköpskontor.

På våra inköpskontor har våra lokala CSR-specialister till uppgift att utbilda och stödja våra leverantörer och fabriksägare i förbättringsarbetet som omfattar både uppförandekoden och miljökraven, samt att utföra både anmälda och oanmälda egna revisioner. Dessutom besöker våra lokala produktions- och kvalitetskontrollanter produktionsenheterna regelbundet för att säkerställa att produktionsvillkoren svarar upp mot våra krav. De har också till uppgift att rapportera misstänkta brott mot uppförandekoden.

Utöver fabriksinspektioner och utbildning, betygsätts varje del av leverantörens verksamhet enligt ett "leverantörsstyrkort", som ligger till grund för utvecklingsarbetet. Leverantörerna utvärderas baserat på styrkortet två gånger om året, där resultatet gällande hållbarhetskriterier och affärsprestationer ingår som kriterium. Utifrån utvärderingen klassificerar vi våra leverantörer på olika nivåer, klassificeringen innehar en viktig roll i vår leverantörshantering.

### Instruktioner för leverantörer

Alla leverantörer måste förbinda sig vid Stockmannkoncernens startkrav, dvs. amfori BSCI:s uppförandekod kompletterat med Stockmanns egna riktlinjer som görs på basis av iakttagna människorätts- och andra risker. Dessa är bl.a. förbud mot sandblästring av jeans samt krav för att respektera djurens rättigheter t.ex. gällande produkter som innehåller angora- och merinoull, läder, päls, fjädrar och dun, förbud mot bomull från Uzbekistan samt kemikaliebegränsningar.

Obehörig underentreprenad utgör en risk för överensstämmelsen med koden. Våra producenter är alltid skyldiga att alltid informera oss om eventuell användning av underleverantörer på förhand. Utifrån en riskanalys har vi förbjudit användningen av underleverantörer helt och hållet i Bangladesh. Detta är en fråga om nolltolerans som leder till att inga ytterligare beställningar görs.

Stockmanns varuhus har dessutom en ansvarspolicy för trä från tropiska naturskogar och pälsar. Sedan år 2012 säljs inga fyrverkerier och sedan år 2017 inga nyårslyckor i varuhusen. Produkter med äkta päls ingår inte i Lindex modesortiment.

### amfori BSCI-samarbete

Stockmannkoncernen är medlem i amfori BSCI (tidigare Business Social Compliance Initiative) sedan år 2005. Amfori BSCI är ett branschdrivet initiativ för företag, och som är engagerade i att förbättra arbetsförhållanden i fabriker och produktionsanläggningar i hela världen. Dess uppförandekod, som baserar





sig på internationella avtal, innehåller 11 grundläggande arbetsrättigheter i en anda av fortlöpande förbättring.

Kraven i koden är organisationsfrihet och kollektivavtal, skälig ersättning, anständiga arbetstider, arbetsmiljö och säkerhet, särskilt skydd för unga arbetstagare, miljöskydd och etiskt affärsbeteende. Koden förbjuder också diskriminering, barnarbete, tvångsarbete och otrygga anställningar. I Stockmannkoncernen kommunicerar vi aktivt om BSCI-uppförandekoden till våra leverantörer och producenter, och samarbetar med dem för att kunna förbättra arbetsvillkoren i våra leveranskedjor.

Fabriker i länder som amfori BSCI klassificerar som högriskländer, och där Stockmanns och Lindex egna märkesprodukter tillverkas, granskas regelbundet genom egna revisioner som utförs av våra egna lokala medarbetare samt genom amfori BSCI-revisioner som utförs av tredje part. SA8000-certifikatet (Social Accountability 8000) är ett alternativt, bästa praxis för amfori BSCI-revisioner.

För att förbättra kvaliteten på revisionerna är amfori BSCI-revisioner delvis anmälda från början av 2017, då revisionstidpunkten är rapporterad till fabriken som en fyra veckors tidsram i stället för den exakta tiden.

## Revisioner, inspektioner och fynd

Efter varje revision, såväl en amfori BSCI-revision, en egen revision eller en Bangladesh brand- och byggsäkerhetsrevision, kommer en revisionsrapport att utarbetas och en

korrigerande handlingsplan kommer att göras för att korrigera de upptäckta bristerna. I handlingsplanen är varje uppgift planerad och övervakning görs.

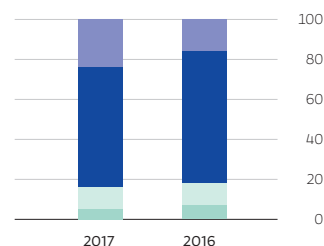
### Antal revisioner (fullskalig revision/omrevision)

	2017	2016	2015
amfori BSCI	88	123 (80/28)	142 (114/28)
interna	119	92 (84/8)	116 (90/26)
SA 8000 certifikat	13	4	11

Amfori BSCI-revisionerna genomförs av internationellt ackrediterade, oberoende revisorer. Ingen fabrik som producerar för Stockmann fick revisionsresultatet "oacceptabelt" eller påträffades av noll-toleransfrågor. De viktigaste slutsatserna i revisionerna var bristfälligheter i kraven på arbetstid eller i tillgången till en ledig dag i veckan, samt problem med hälso- och säkerhetsaspekter, ledningssystemet och rättvis ersättning.

Den 3 juli 2017 inträffade en allvarig olycka på fabriken Multifabs Ltd i Bangladesh, som används av Stockmannkoncernen, när en panna i fabriken exploderade under underhållsarbetet. Fabriksproduktionen var avstängd under olyckan på grund av semesterperioden. Olyckan dödade 13 personer och flera personer skadades. Amfori BSCI-revisionen i fabriken gjordes i maj 2016 med värdet "god" (B), och inga väsentliga avvikelser hittades i revisionen. Fabriken hade också inspekterats vid Accord-inspektioner, men inga inspektioner av värmeapparater inkluderades. På grund av olyckan

## AMFORI BSCI REVISIONER 2016-2017



A: UTMÄRKT	7 % / 5 %
B: GOD	11 % / 11 %
C: ACCEPTABEL	67 % / 60 %
D: OTILLRÄCKLIG	16 % / 24 %
E: OACCEPTABEL	0 % / 0 %
2017 / 2016	

inleddes ytterligare inspektioner av värmeapparater och tillhörande säkerhetsutbildning i leveranskedjan i december 2017. Efter olyckan arbetade vi tillsammans med fabriken och försökte stöda anläggningen och dess anställda med alla möjliga medel. Vi är fortfarande i kontakt med fabriken och ger stöd vid behov. Multifabs ersatte offrens familjer i enlighet med Bangladeshs lag och med en egen extraersättning.

## Förbättring av brand- och byggsäkerheten i Bangladesh

Stockmann har förbundit sig till ett avtal om att förbättra säkerheten i fabriken i Bangladesh, som är ett av våra mest betydande produktionsländer. År 2013, förband sig Stockmann till ett avtal om att förbättra brand-

och byggsäkerheten (Accord) i Bangladesh på grund av den risk som undermåliga fabriksbyggnader utgör i landet. Enligt avtalet har Stockmann förbundit sig till att samtliga fabriker som tillverkar kläder för koncernen i Bangladesh ska genomgå revisioner rörande brandsäkerhet, elektricitet och konstruktionsfrågor. Den första kontraktperioden löper ut våren 2018 och Stockmann har också åtagit sig Accords övergångsavtal som syftar till att slutföra reparationer av fabriken enligt det ursprungliga kontraktet och överföra ansvaret till lokaladministrationen så fort som möjligt. Situationen ses över halvårsvis och övergångsavtalet gäller fram till år 2021 eller tills lokaladministrationen är redo att fortsätta uppgiften.

I slutet av år 2017 var 82 % av de korrigeringar som krävdes enligt kontraktet för alla fabriker i Accord och för 89 % av de fabriker som används av Stockmannkoncernen gjorda.

	2017	2016
Antalet Accord-inspektioner (brand & el/ konstruktion)	221 (185/36)	144 (109/35)
Stockmannkoncerns egen prestationsprocent	89	71
Accords genomsnittliga prestationsprocent	82	

## Tillverkningsländer och fabrikslistor

Vårt mål är att kommunicera öppet om ämnen som är intressanta för våra intressenter och därför publicerar vi en lista över våra leverantörer på vår hemsida och de fabriker som levererar våra egna märkesvaror.



## STOCKMANN

- År 2017 köptes Stockmanns egna modevarumärken från ca 86 (150) leverantörer och de tillverkades i ca 120 (215) fabriker. Ungefär hälften av fabrikerna var så kallade direktleverantörer och hälften förvärvades via inköpskontor, och leverantörerna och fabrikerna är delvis gemensamma med Lindex.

## LINDEX

- År 2017 hade Lindex cirka 142 (153) leverantörer som anförlitade 242 (290) fabriker.
- Lindex har 40 leverantörer som står för 80 % av produktionen och är Lindex kärnleverantörer. Produktionen är systematiskt inriktad på färre fabriker för att fokusera på att förbättra samarbete, arbetsvillkor och miljöarbete i de viktigaste fabrikerna.
- Förutom att publicerar det första ledet, dvs. fabrikerna som syr kläder, publicerar Lindex i sin leverantörs- och fabrikslista även för Turkiets och Bangladeshs del det andra ledets fabriker som står för tryck, broderi och tvätt av kläder. Syftet är att utöka listan i detta avseende också till andra verksamhetsländer.

### PRODUKTIONSLÄNDER FÖR STOCKMANNS EGNA VARUMÄRKEN ÅR 2017

Kina	58 %
Indien	10 %
Bangladesh	10 %
EU-länder	9 %
Övriga riskländer	8 %
Turkiet	3 %

### LINDEX-PRODUKTERS TILLVERKNINGSLÄNDER ÅR 2017

Bangladesh	44 %
Kina	25 %
Turkiet	7 %
Italien	6 %
Myanmar	5 %
Vietnam	3 %
Övriga länder	6 %

## WE WOMEN BY LINDEX-PROJEKTET STÖDER JÄMSTÄLLDHET MELLAN KÖNEN

Projektet syftar till att förstärka jämställdheten i Lindex leverantörskedja, skapa mer lika och mer produktiva arbetstillfällen och förbättra kvinnors ställning i Lindex globala leverantörskedja. Leverantörer utbildas och stöds för att introducera jämställdhetsfrågor till ledningskulturen i fabriker. Det treåriga projektet kommer att genomföras gemensamt med GIZ, BSR och en lokal medborgarorganisation. WE Women by Lindex startades i Bangladesh med 33 Lindex och 10 andra leverantörer. Syftet är att utvidga projektet i framtiden.



## Syriska flyktingar i leveranskedjan i Turkiet

i Turkiet har identifierats risk för flyktingar från Syrien att bli utsatta för missbruk på grund av deras utsatta ställning. Stockmannkoncernens leverantörer har tillgång till en standardprocess ifall de identifierar att syriska flyktingar används som arbetskraft i leveranskedjan. Leverantörerna har fått skolning i processen, till exempel när det gäller att ansöka om arbetstillstånd och att betala brutto minimum lön direkt till arbetstagaren, tills ett arbetstillstånd erhållits, för att garantera ett tillräckligt socialskydd. Förfarandet förverkligas i samarbete med ASAM (the Association for Solidarity with Asylum Seekers and Migrants).

## Samarbetsprojekt i leveranskedjan

Våra klädbeställningar skapar sysselsättning, särskilt för kvinnor i utvecklingsländer. Den lokala välfärden och miljöskyddet stöds också med hjälp av olika projekt för att stöda kvinnornas ställning och välfärd, barnens utbildning samt miljöskyddet i tillverkningsländerna. Lindex deltar t.ex. i projekten School of Hope, HER (Health Enables Return) samt som nyaste WE Women by Lindex-projektet. Vi deltar även i flera projekt för att minska vattenförbrukningen och annan miljöpåverkan. Se bedömning av leverantörer för miljöfrågor.







## BEDÖMNING AV LEVERANTÖRERNAS MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER OCH ARBETSVILLKOR

En betydande andel, 93 %, av de egna varumärkenas modeprodukter tillverkas i områden som amfori BSCI klassificerar som risk länder. Vi är medvetna om att det finns en risk för överträdelser av uppförandekoden och vi arbetar aktivt för att säkerställa att koden efterföljs. Dessutom, granskar vi möjligheten att bättre integrera mänskliga rättigheter och barns rättigheter i våra bedömningar. Stockmanns styrelse godkände Stockmannkoncernens principer för mänskliga rättigheter i februari 2018.

Vid brott mot de mänskliga rättigheterna arbetar vi med leverantören för att rätta till offrets situation. Inga fler produkter kommer att beställas från leverantören tills situationen har rättats och offret har fått en ersättning.

### TEKSTILINDUSTRINS UTMANINGAR OCH RISKER

Utmaningar för hela textilindustrin är bl.a. spårbarheten och insynen i leveranskedjan, förverkligandet av mänskliga rättigheter och arbetsrätt i hela kedjan och miljöpåverkan av produktion och råvaror. Vår riskanalys visar fem speciella riskområden för våra verksamhetsprinciper.

### Ledningssystem

Problem gällande ledningssystem kan leda till dålig kontroll över fabriksrutiner eller underleverantörer. Det kan råda brist på personer med ansvar för ledningssystemet eller fabriks-interna policyer kan saknas. Vi lägger vikt vid att ge råd och stöd till fabrikena för att de ska kunna förbättra sina ledningssystem och utbilda fabrikscheferna för att etablera interna kontrollsystem över sin leveranskedja.

### Dokumentation

Bristar i dokumentation, till exempel rörande kopior av anställdas ID-kort eller lönelistor, är ett vanligt problem. Bristen på ordentlig dokumentation försvårar kontrollen av efterlevnaden av koden, till exempel att utbetala korrekta löner, kontrollera de anställdas ålder och att efterfölja övertidsgränser. Om dokumentationen är otillräcklig, anses leverantören inte fullfölja kraven. Vi arbetar för att öka kunskapen om vikten av god dokumentation genom seminarier och workshops med leverantörer samt genom att erbjuda utbildning till ansvariga personer på fabrikena.

### Fackföreningstillhörighet

Rätten att gå med i en fackförening och att förhandla kollektivt är en grundläggande rättighet som vi upprätthåller. Tyvärr är fackföreningarna svaga i många av våra produktionsländer och de bakomliggande orsakerna är komplexa och ofta mångfacetterade. I många av de fabriker som vi anlitar finns fungerande personalnämnder som ger de anställda möjlighet att föra en dialog med fabriksled-

ningen. Dessa nämnder är på inget sätt jämställda med en fungerande fackförening och ses inte som en ersättning. Det primära målet är att ha möjlighet att ansluta sig till en fackförening och förhandla kollektivt, men upprättandet av fackföreningar ligger fortfarande på de anställdas eget ansvar. Stockmann ansvarar för att ställa krav på leverantören att se till att denna rättighet inte kränks. De fabriksanställda informeras om sina rättigheter genom amfori BSCI:s principer som placeras synligt på arbetsplatsen. Vi uppmuntrar fabrikscheferna att delta i amfori BSCI:s utbildningar om organisationsfrihet och kollektivavtal.

### Löner och ersättningar

I enlighet med uppförandekoden och lokal lagstiftning är minimikravet på leverantörerna att betala landets lagstadgade minimilön till sina anställda. Utbetalning av felaktiga löner är ett vanligt problem och minimilönen ligger ofta på en nivå som inte räcker till för att täcka grundläggande behov och en tillräcklig disponibel inkomst. Vi anser att det ska vara möjligt att leva på den lön som en fabriksanställd tjänar. Vi anser att en höjning av den nationella minimilönen är nyckeln till att höja lönenivåerna, eftersom detta också höjer lönerna på högre lönenivåer. I Bangladesh har vi tillsammans med andra företag deltagit i en uppmaning till regeringen i landet att höja minimilönerna.

Stockmann äger inga fabriker eller produktionsanläggningar och är vanligtvis en mindre inköpare hos leverantörerna och deras

fabriker. Till följd av detta kan vi inte genom vårt eget beslut höja lönerna för fabriksanställda. Till exempel är en höjning av inköpspriset inte direkt kopplad till lönerna som betalas till de anställda, och kan inte förväntas gynna de anställda utan att bevis lämnas. Vi uppmuntrar våra leverantörer att betala en skäligen ersättning och förbättra välfärden genom förmåner som barnomsorg, måltidsförmåner, transport eller utbildning om hälsa och ekonomi och genom projektet Health Enables Return (HER).

Vi arbetar med frågan genom amfori BSCI, men även genom att jämföra andra initiativ. Lindex testade lönepraxis och lönesystem enligt Fair Wage Methodology för utveckling av rättvisa löner i samarbete med Fair Wage Solidaridad och Fair Wage Network i Kina. Testprojektet på ett år slutfördes under år 2017 och det ledde till förbättrade arbetsförhållanden och lönepraxis. Projektet fokuserade också på vår egen inköspraxis och på de effekter de har på arbetsvillkor för anställda som övertid och lön. Ett av de utvecklingsmål som identifierades i pilotprojektet var en tydligare integration av lönerna enligt prestation och färdigheter. I pilotprojektet konstaterades också att Lindex kan inverka positivt på situationen genom att förbättra produktionsplanering och hantering av provstycken och ökad öppenhet under planeringen av urvalet. Som ett nästa steg arbetar vi med andra organisationer för att hitta ett kollektivt och skalbart sätt att närma sig lönefrågor.



## Arbetstid

Övertidsarbete som överskrider gränserna i uppförandekoden är ett utbrett problem i de flesta av våra produktionsländer. Övertidsarbete är svårt att åtgärda, eftersom det finns flera orsaker till att det uppstår. För det första säger de fabriksanställda att de vill arbeta övertid för att tjäna mer pengar. I de fall där anställda arbetar långt hemifrån vill de kunna jobba mycket under en intensiv period och sedan återvända hem. För det andra kan det vara lönsamt för leverantören att ha övertid för att öka produktionen. Stockmanns, såsom många andra modeföretags, ledtider utgör en risk för övertid sker. För att minimera risken utförs en bedömning av produktionskapaciteten innan en beställning läggs.

## Bedömning av leverantörer för miljöfrågor

Textilproduktion förbrukar mycket vatten. Vattenpåverkan i vår leveranskedja är störst inom bevattningen av bomullsfält och våtbehandling vid textilproduktion, såsom färgning och tvättning. Därför ska vattenförbrukningen och vattenreningen vara så effektiva som möjligt.

Våra leverantörer förväntas följa tillämplig miljölagstiftning. Våra inköpskontor följer miljöprinciper som ställer krav på vattenrening, hantering av kemikalier, avfallshantering och utsläpp, och arbetar med ständiga förbättringar.

Lindex samarbetar med sina denim-leverantörer för att utveckla produktionen till att vara skonsammare för miljön. Lindex Better

Denimresa började år 2014, och nu är 100 % av Lindex-denim urval Better Denim. Processen använder upp till 85 % mindre vatten, 70 % mindre energi och 45 % mindre kemikalier än vid traditionell tillverkning av jeans. Vid tillverkning av jeans används också den säkraste indigofärgen i branschen, liksom mer ekologiska detaljer som knappar, blyxtlås och fickor. All bomull som används i jeans är ekologisk bomull, Better Cotton (BCI) bomull eller bomull som kunderna har återvunnit och dessutom används återvunnen polyester.

Under hösten 2017 lanserade Lindex nya Even Better Denim-produkter, vars tvättprocess är än mer hållbar. I processen används endast två liter vatten mot 50–70 liter som används vid tillverkningen av traditionella jeans. Även produktionsprocessen av jersey utvecklas till mer miljövänlig. Aviteira-färgämnet används för färgning av jerseyplagg i barnens bassortiment, vilket minskar vattenförbrukningen med 30 %.

Genom Lindex har vi under flera år varit involverade i hållbara projekt i koncernens viktiga produktionsländer, som Bangladesh och Indien, där det finns utmaningar gällande vattenbrist och rent vatten. Under de senaste åren har dessa projekt visat sig vara ett effektivt sätt att öka miljömedvetenheten och förbättra processer. Vi strävar efter att så många leverantörer som möjligt ska delta i förbättringsprojekt och engagera sig i övergången till en mer resurseffektiv och renare produktion.

De vattenrelaterade projekten omfattar bl.a. Partnership for Cleaner Textiles in Bangla-



desh (PaCT), och Sweden Textile Water Initiative (STWI). Lindex har även ett långsiktigt samarbete med WaterAid för att stötta deras arbete för att förbättra tillgången till rent vatten, förbättrad hygien och sanitet till världens fattigaste samhällen. Mer information kan hittas på Lindex webbsida.

Lindex Better Denim:  
85 % mindre vatten  
70 % mindre energi  
45 % mindre kemikalier



LÄS MER  
[www.lindex.com](http://www.lindex.com)



# MILJÖ

Vårt mål är att minska de miljökonsekvenser som affärsverksamheten orsakar och handla i enlighet med hållbar utveckling. Vi är medvetna om vår verksamhets miljöeffekter och strävar efter att förhindra negativa effekter genom minskade utsläpp, ökad effektivitet vid energi-och vattenförbrukning och genom att utföra källsortering och återvinning. För att säkerställa en kontinuerlig förbättring övervakar vi vår efterlevnad av Stockmanns miljösystem och vårt uppfyllande av miljömålen.





Stockmann följer gällande miljölagstiftning och vi kräver samma sak av våra partners. Vårt miljöarbete baserar sig på CSR-strategin och på koncernens miljöpolicy.

Miljöansvarsledningen är en del av enheternas dagliga verksamhet och arbetet koordineras av Kommunikation och CSR-avdelningen. Enheterna ställer själva specifika miljömål, definierar indikatorer för uppföljning av hur målen uppnås och inför lämpliga ledningsmetoder.

## MILJÖLEDNING

Stockmanns varuhus och stödfunktioner i Finland har i bruk ett certifierat ISO 14001-miljöledningssystem. Handlingsmetoderna och -riktlinjerna för Stockmanns miljöledningssystem tillämpas vid Stockmanns distributionscenter och i varuhusen i de baltiska länderna, i syfte att ansöka om certifiering under de kommande åren.

Lindex har inte ett certifierat miljöledningssystem i bruk. Lindexbutikerna verkar främst i hyrda lokaler i köpcenter. Utöver butikernas energieffektiva koncept innebär detta även att miljöfrågor beaktas efter möjlighet i de aktuella fastigheterna.

Stockmanns inköpskontor verkar nära produktionsanläggningarna och gör allt för att bedöma och minimera skadlig miljöpåverkan från leverantörernas fabriker.

CSR-TEMAN	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL OCH UTVECKLING 2017	STATUS
MILJÖN  MINSKAD MILJÖPÅVERKAN	Vi fortsätter förbättra vår energieffektivitet	Vi kompletterade uppföljningen av energiförbrukningen i våra fastigheter genom att ingå samarbete med ISS Energiledningscentral. Vi expanderade användningen av LED-belysning i varuhusen och förnyade en del av hissarna och rulltrapporna i Helsingfors varuhus med mera energieffektiva alternativ. Vårt mål är att förbättra energieffektiviteten i våra fastigheter med 4 % till 2020	● Pågående
	Vi minskar miljöpåverkan från vår logistik	Vi fortsatte att förbättra effektiviteten av våra distributionstransporter genom att utföra regelbunden uppföljning av transporter och genom ruttplanering. Distributionscentralen har minskat mängden av interna transportlastar och minskat på transportdistanserna, särskilt i huvudstadsregionen. Vi fortsätter vårt målmedvetna arbete för att minska transportutsläppen inom landet med 10 % till 2018.	● Pågående
	Vi minimerar avfall och hittar nya möjligheter att återanvända och återvinna	70,4% av det avfall som Stockmanns varuhus i Finland genererade återvanns, vilket överträffade målet på 70 %. Vi fördjupade vårt välgörenhetssamarbete genom att regelbundet donera produkter, överskottsmaterial och mat till välgörenhetsorganisationer från våra alla varuhus och servicefunktionerna.	● Målet uppfyllt

Stockmann beaktar miljöfrågor vid planeringen och ledningen av verksamheten samt vid anskaffningen av produkter och tjänster för eget bruk. Stockmann förutsätter att serviceleverantörerna binder sig till att följa principerna i bolagets uppförandekod under samarbetet. Serviceleverantörerna har en betydande roll i strävan för att Stockmann skall uppnå miljömålen och därför diskuteras miljöaspekter och -mål regelbundet under samarbetet. Till exempel har renhållningstjänsterna en betydande roll i uppnåendet av Stockmanns återvinningsmål.

## ÖKNING AV DEN INTERNA MILJÖMEDVETENHETEN

Varje medarbetares insats behövs för att vi ska nå våra miljömål. Personalens miljömedvetenhet underhålls och ökas genom kontinuerlig utbildning och regelbunden intern kommunikation, till exempel via intranätet och via inforutor och anslagstavlor som är placerade i personal utrymmen. Stockmanns miljöspecialist besöker regelbundet varuhusen och stödfunktionerna, och handleder personalen och serviceleverantörerna att ta hänsyn till miljömålen samt utbildar nya hyresgäster i riktlinjer och i sortering.

Över  
**70 %**  
av avfallet från  
varuhusen i  
Finland styrdes  
till material-  
återvinning.



Under rapporteringsåret ordnades det i samarbete med serviceleverantören av avfallshandling, ett antal miljöutbildningar i varuhusen i Helsingfors, Åbo och Tammerfors samt i distributionscentret. I utbildningarna fokuserade man särskilt i frågor gällande avfallshandling och sortering. Utbildningen fick bra respons och ämnet väckte en positiv diskussion bland personalen.

I samband vid öppnandet av Hagalunds nya varuhus ordnades det ett antal utbildningar för personalen angående återvinning och miljöaspekter. Dessutom diskuterades aktuella miljöfrågor även på varhuspersonals morgonmöten vid alla varuhus.

## ENERGI

Koncernens energiförbrukning utgörs främst av el, uppvärmning och fjärrvärme. Energiförbrukningen förorsakas av belysning, ventilation, uppvärmning och nedkylning av butiks-, lager- och kontorslokaler och av elapparater som används i dessa, bl.a. hissar och rulltrappor samt kylanordningar och IT-utrustning

Vi satsar  
på energi-  
effektivitet

Stockmann har i nästan 15 års tid fokuserat på att minska energiförbrukningen i sin verksamhet. År 2013 förband sig Stockmann-varuhusen i Finland till den finska detaljhandelssektorns energieffektivitetsavtal. Målet var att minska fastigheternas energiförbrukning med 9 % under avtalsperioden 2006-2016. Detta mål uppnåddes inom tidsfristen. Stockmanns Real Estate-affärsenhet och varuhusens fastighetskoordinatorer följer varuhusens och servicefunktionernas energiförbrukning som en del av den dagliga verksamheten. År 2017 fortsatte vi genomförandet av Stockmanns energieffektivitetsprogram, genom att fokusera på optimering av fastighetssystem samt via ventilations- och belysningsstyrning i alla lokaler, i syfte att ytterligare minska elförbrukningen. Under rapporteringsperioden kompletterade Stockmann ytterligare uppföljningen av energiförbrukningen, genom att ingå ett samarbete med ISS Energiledningscentral. Samarbetet möjliggör en effektivare realtids uppföljning av energiförbrukningen samt möjliggör den att vi kan snabbare reagera på avvikelser i förbrukning. Som en del av energieffektivitetsarbetet har Stockmann genomfört energiöversikter, som även krävs av energieffektivitetslagstiftningen som trädde i kraft år 2015.

När det gäller logistik, öppnade Stockmann år 2016 ett distributionscenter i Tusby och centraliserade fyra lagerverksamhetsfastigheter till ett distributionscenter. Under rapporteringsåret fortsatte Stockmann centraliseringen av sina lager och stängde central-lagret i Lettland som hade betjänat de baltiska

varuhusen. Avvecklingen av lagret genomfördes stegvis under rapporteringsperioden och i slutet av år 2017 förverkligades Stockmanns långsiktiga mål att centralisera all lagerverksamhet till distributionscentret i Tusby. Från början av år 2018 betjänar distributionscentret stockmann.com-nätbutikerna och Stockmanns varuhus i alla verksamhetsländer. Distributionscentret kommer att minska antalet interna transporter och underhållningen av ett distributionscenter kommer också att förbättra energieffektiviteten.

Stockmann distributionscenter har erhållit guldnivåns LEED-miljöcertifikat. LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) är ett internationellt miljöcertifieringssystem för att främja hållbart byggande. LEED-certifikatet har fyra nivåer – Certifierad, Silver, Guld och Platina. Byggnaden har

planerats och byggts utgående från hållbar utveckling och med beaktande av miljöaspekter, som t.ex. energieffektivitet och jordvärmsystem. Belysningen har förverkligats med LED-lampor och jordvärmsystemet producerar nästan all värme- och nedkylningsenergi som behövs i byggnaden. Med fjärrvärme genererar man varmvattnet och år 2017 användes värmeformen också delvist under en månad för att värma fastigheten. Möjligheten för att använda solenergi som energikälla vid distributionscentret har också undersökts.

Under verksamhetsåret förnyades avdelningarna på 3 och 4 våningen i Helsingfors varuhus. I samband med renoveringsarbetet förnyade man även belysningen på avdelningarna till LED-teknik. Enligt Stockmanns belysningskoncept införs LED-teknik mer omfattande i samband med sanerings- och utbyggnadsprojekt.

## ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2015-2017

	2017	2016	2015
<b>DIREKT FÖRBRUKNING</b>			
Brännolja (MWh)	432	430	434
Naturgas (MWh)	17 764	19 443	16 677
<b>INDIREKT FÖRBRUKNING</b>			
Elektricitet (MWh)	110 651	124 460	124 870
Värme och nedkylning (MWh)	73 321	80 550	80 218
Vatten (m <sup>3</sup> )	210 607	218 110	234 807

Data om värme och nedkylning samt naturgas för åren 2016 och 2015 har omräknats på grund av beräkningsfel. Brännolja och naturgas baseras på mätdata för Stockmann och uppskattningar för Lindex. Elförbrukningen omfattar koncernens samtliga funktioner. Värme- och nedkylningsförbrukningen omfattar koncernens samtliga funktioner, exklusive koncernens inköpskontor i Asien. Data för uppvärmning och nedkylning för Stockmann baseras på fakturering och data från tjänsteleverantörer. Trots den betydande andelen av uppskattade och extrapolerade data gällande värmeförbrukningen i Lindex anses datakvaliteten vara rimlig. Rapporteringen om vatten omfattar alla funktioner inom Stockmann koncernen och distributionscenter i Sverige. Rapporteringen om energi- och vattenförbrukningen exkluderar avvecklad verksamhet (centralköket i Finland) och franchisingverksamheterna.



Det nya Stockmannvaruhuset i Hagalund öppnades i mars 2017. Belysningen i varuhuset har förverkligats med LED-teknik och nedkylningen av varuhuset förverkligas energieffektivt med fjärrkyla. Under rapporteringsåret har varuhusets energiförbrukning övervakats, t.ex. genom att följa upp och optimera belysningsstyrningen. Dessutom förnyades en del av Helsingforsvaruhusets rulltrappor och hissar under verksamhetsåret med mer energieffektiva alternativ.

Lindexbutikerna har även fokuserat på att minimera energiförbrukningen och alla butiker följer rutinmässigt en effektiv checklista för energiförbrukning. I utvalda butiker har man utfört en undersökning om elförbrukningen. Enligt undersökningen består 90 % av energiförbrukningen av belysning, nerkylning och ventilation samt av rulltrapporna. Enligt resultaten kommer åtgärderna kring energieffektivitet att rikta sig till dessa områden, i synnerhet i belysningen genom att öka användningen av LED-belysning. För att minska koldioxidutsläppen gynnar sig Lindex av att använda sig av förnybara energikällor. Lindex långsiktiga mål är att bli energineutrala genom att använda energi från förnybara källor.

## UTSLÄPP

Rapporteringen om växthusgasutsläpp är ett ledningsverktyg inom Stockmannkoncernen och utgör en grund för att definiera de områden där utsläpp bör minskas samt för att ange

minskningsmål. Vi utvecklar ständigt vårt sätt att beräkna vår klimatpåverkan.

Beräkningen av Stockmanns koldioxidavtryck år 2017 omfattar Stockmann Retail- och Real Estate affärsenheterna, Lindex och koncernens gemensamma funktioner i alla verksamhetsländer, med undantag för avvecklad verksamhet (Stockmanns Centralkök i Finland) och franchiseverksamhet.

Stockmanns utsläppberäkning inkluderar även hyresgästerna som agerar i varuhusen och som innehar 49 % av den totala uthyrda ytan i Stockmanns fastigheter.

Koncernens utsläpp presenteras i tabellen ”Växthusgasutsläpp 2015–2017”. Detta är åttonde gången som Stockmann rapporterar sina växthusgasutsläpp och rapporten omfattar hela koncernen. Jämförelsesiffrorna presenteras för år 2015 och 2016 och förändringarna i rapporteringens omfattning förklaras i kommentar kolumnen. Beräkningen har utförts i enlighet med rapporteringsprinciperna i Greenhouse Gas Protocol (GHG). Stockmann har uppdaterat sin uträkning av koldioxidutsläpp i enlighet med GHG-Protocol standarden. I enlighet med GHG-Protocol standarden skall bolagen redovisa den indirekta elförbrukningen producentspecifikt (market-based) samt platsspecifikt (location-based). De siffror som redovisas i tabellen beräknas enligt market-based metoden och Stockmannkoncernens totala utsläpp var 61 870 tCO<sub>2</sub>e. Enligt location-based metoden var utsläppen 53 170 tCO<sub>2</sub>e (54 770). Jämförelsetalen i tabellen har uppdaterats till market-based tal, vilket möjliggör jämförelse.

## VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2015–2017

	tCO <sub>2</sub> e 2017	tCO <sub>2</sub> e 2016	tCO <sub>2</sub> e 2015	Förändring 2016–2017, %	Kommentarer
<b>DIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 1)</b>	<b>170</b>	170	170	0 %	
Stationär förbränning	170	170	170	0 %	
<b>INDIREKTA UTSLÄPP FRÅN KÖPT ENERGI (SCOPE 2)</b>	<b>47 900</b>	49 900	50 600	-4 %	Minskningen i totala scope 2 utsläppen orsakas främst av förändringar i Stockmanns rapporteringsomfattning.
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	33 900	35 600	36 200	-5 %	Utsläppen för den förnybara elektriciteten som Lindex köper av LOS Energy är noll. Rapporteringsomfattningen av Stockmanns utsläpp minskade.
Uppvärmning och nedkylning	14 000	14 300	14 400	-2 %	Betydande andel uppskattningar för Lindex, datakvaliteten är på rimlig nivå. Stockmanns värmeförbrukning minskade under år 2017, medan värmeförbrukningen av Lindex ökade.
<b>ÖVRIGA INDIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 3)</b>	<b>13 800</b>	12 600	14 200	10 %	Ökningen i totala scope 3 utsläppen orsakas av ökningen av logistikutsläppen.
Intern logistik	2 800	2 800	3 400	0 %	
Extern logistik	7 900	6 600	7 600	20 %	Ökning av Lindex logistikutsläpp, medan Stockmanns logistikutsläpp minskade.
Affärsresor	1 100	1 200	1 200	-8 %	Flygkilometer minskade
Avfall	2 000	2 000	2 000	0 %	
<b>TOTALT</b>	<b>61 870</b>	62 670	64 970	-1,30 %	
UTEBLIVNA UTSLÄPP	270	1 100	1 700		Växthusgasutsläppen är neutraliserade av en logistikpartner med certifierade klimatprojekt.
(NETTOUTSLÄPP)	61 600	61 570	63 280		

Rapportering av växthusgasutsläpp exkluderar avvecklad verksamhet (centralköket i Finland) och franchiseverksamheterna. Scope 2 köpt elektricitet är rapporterade enligt market-based metoden. Utsläppen för köpt elektricitet år 2016 har omräknats p.g.a. beräkningsfel. Utsläppen för extern logistik 2015 och 2016 har omräknats gällande en partner. Siffrorna som presenteras i tabellen är avrundade till närmaste hundratal.





De största utsläppen under år 2017, cirka 75 %, kom från produktionen av köpt energi (scope 2), speciellt elektricitet vilket sjönk något från föregående år.

Av elektriciteten som används av Lindex är drygt hälften från förnybara energikällor som köps av LOS Energy och vars utsläpp beräknas som noll. Scope 3 indirekta utsläpp presenteras där de är relevanta; dylika största utsläpp hänför sig till transporter.

De totala justerat redovisade utsläppen minskade med 1,3 % från föregående år. Minskningen berodde främst på förändringar i Stockmanns verksamhet och i samband av dessa förändringar minskade scope 2-utsläppen. Reduktionen av utsläpp är dock inte klart synlig till föregående år beroende på flera faktorer.

Under år 2017 har Lindex utsläpp för inköpt energi (scope 2) ökat, främst på grund av årliga förändringar av emissionsfaktorer samt på grund av förändringar i butiksnätet. Dessutom har Lindex logistikutsläpp (scope 3) ökat under verksamhetsåret, på grund av affärsenhets behov av att ändra transportsätt för att undvika förseningar. Utsläpp från affärsresor (scope 3) minskade med 8 %. Utsläppen för avfall (scope 3) och utsläppen för stationär förbränning (scope 1) var på fjolårets nivå. På grund av förändringen av verksamheten har Stockmanns utsläpp för kylmedel (scope 1) utslutits från beräkningen. Deras andel av de totala utsläppen har tidigare år varit ca 3-4%.

## MINSKNING AV UTSLÄPP VID TRANSPORT AV VAROR

Koncernen betjänar kunder i olika länder och kontinenter, vilket betyder att varudistributionen till butikerna förorsakar utsläpp. Vi fäster stor vikt vid effektiva och miljövänliga varuflöden, och vi samarbetar med våra transportpartners. Under verksamhetsåret har Stockmann minskat på antalet transportpartners och fördjupat sitt samarbete med de befintliga. Distributionstransporterna optimeras ständigt med hjälp av ruttplanering, genom att använda sig av nya korrekt dimensionerade transportmedel med låga utsläpp, genom att utnyttja returtransporter samt genom systematisk uppföljning och ett aktivt samarbete med transport leverantörer.

Transporterna från inköpskontoren i Asien till distributionscentren sker i regel med fartygsfrakt. Lindex medverkar aktivt i initiativet Clean Shipping och kräver att rederierna ska arbeta för en renare sjöfrakt och registrera fartygen i Clean Shipping Index.

## MINSKNING AV UTSLÄPP VID AFFÄRS- OCH ARBETSRESOR

Video- och telefonkonferensutrustning utnyttjas i ökande takt vid möten för att minimera resande. Vi tar hänsyn till de utsläpp som orsakas av affärsresor och försöker gynna alternativ med låga utsläpp. Bolagets riktlinjer gällande resande rekommenderar användning av tåg eller buss istället för bil, och bolagets leasingfordon får inte överskrida givna utsläppsgränser. Under verksamhetsåret förnyade Stockmann praxisen för distansarbete, vilket möjliggör att allt fler stockmanniter har chansen att jobba på distans. Distansarbete skapar möjligheten för medarbetarna att minska utsläpp som är relaterade till att ta sig till och bort från arbetsplatsen.

Över  
**50 %**  
av Lindex  
elektricitet  
härör från  
förnyelsebara  
energikällor.

Vårt CDP-  
resultat hade  
det goda  
vitsordet  
**B.**

bete, vilket möjliggör att allt fler stockmanniter har chansen att jobba på distans. Distansarbete skapar möjligheten för medarbetarna att minska utsläpp som är relaterade till att ta sig till och bort från arbetsplatsen.

## CDP-RESULTAT

Utöver att publicera CSR-rapporten rapporterar Stockmannkoncernen även sina växthusgasutsläpp i den internationella Carbon Disclosure Project-undersökningen (CDP). År 2017 var Stockmanns resultat på en god nivå B. Vitsordet återspeglar omfattningen av bolagets svar (disclosure), bedömningen av miljörisker och -påverkan i anslutning till bolaget (awareness), verkställda åtgärder för att dämpa klimatförändringen (management) samt ibruktagandet av bästa praxis inom miljöledning (leadership). Vitsordet B berättar att bolaget har bedömt sin miljöinverkan och vidtagit åtgärder för att dämpa klimatförändringen.

## SPILLVATTEN OCH AVFALL

Det avfall som uppkommer vid affärsenhets verksamhet är främst förpackningsavfall, som paff och plast. I Real Estate-affärsenheten uppkommer även biologiskt nedbrytbart avfall som ett resultat av hyresgästernas verksamhet, som består av livsmedelsförsäljning, restauranger och caféer. Vi fäster vikt vid avfallssortering och återvinning genom att tillhandahålla utbildning för personalen och för hyresgästerna, utveckla



handledningen och göra sorteringsmetoderna bekvämare.

Avfallssorteringen leds i enlighet med miljöledningssystemet ISO 14001, och resultaten för de olika verksamhetsställena följs upp varje månad. Vårt mål i Stockmanns verksamhet i Finland är att minska mängden avfall och att materialåtervinna så mycket som möjligt av det kvarvarande avfallet. Den totala mängden avfall i Finland under år 2017 minskade med ca 20 (11) %. Minskningen beror främst på förändringar i verksamheten, t.ex. på grund av stängningen av varuhuset i Uleåborg och på förändringar av rapportering av avfall från varuhuset i Hagalund. Målet för materialåtervinning var att 70 % av avfallet skulle riktas till materialåtervinning, resultatet för år 2017 uppgick till 70,4 %.

## AVFALL 2015-2017

Ton	Stockmann, Finland			Stockmann, Baltikum			Lindex			Totalt		
	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015	2017	2016	2015
<b>ÅTERVINNINGSBART AVFALL</b>												
Kartong och papper	1 211	1 604	1 772	245	236	206	1 179	1 205	1 211	2 635	3 045	3 189
Energiavfall	798	996	1 075	52	0	0	35	25	94	886	1 021	1 169
Bioavfall	964	1 356	1 601	131	172	174	1	1		1 096	1 529	1 775
Övrigt avfall (plast, metall, glas)	94	129	132	18	20	23	0	78	0	112	227	155
Blandavfall	157	224	238	459	470	444	2	5	5	619	699	687
Deponiavfall	0	0	41	0			0			0	0	41
Brännbart avfall	157	224	197	459			2			618	224	197
<b>FARLIGT AVFALL</b>	8	13	11	14	16	13	1	1	0	23	30	24
<b>TOTALT</b>	<b>3 388</b>	<b>4 322</b>	<b>4 829</b>	<b>919</b>	<b>915</b>	<b>860</b>	<b>1 219</b>	<b>1 314</b>	<b>1 310</b>	<b>5 526</b>	<b>6 551</b>	<b>6 999</b>
SORTERINGSGRAD, %	100	100	99	100	48	48	100	100	100	100	93	93
ÅTERVINNINGSGRAD, %	70	72	73	43	48	48	97	98	92	73	74	73

Siffrorna för Stockmann omfattar alla verksamheter i Finland och Baltien, exklusive utvecklade verksamheter (centralköket i Finland). Siffrorna för Lindex omfattar distributionscentret. Siffrorna är inte helt jämförbara mellan länderna.

personalen. Inga produkter blir krav. Mögel eller annan förstöring av produkter under frakt är sällsynt, men i sådana fall sker disponering av produkterna och processen övervakas av tullmyndigheterna.

Vattenförbrukningen i Stockmanns egen verksamhet är minimal och verksamheten sker i områden där det för närvarande inte råder brist på vatten. Mätning och minimering av vattenförbrukning är dock en viktig del av Stockmanns fokus på miljöansvar. Vattenförbrukningen presenteras i tabellen "Energi- och vattenförbrukning 2015-2017". Största delen av koncernens vattenförbrukning sker i varuhusens restauranger, kök och hygienutrymmen. Största delen av koncernens vattenförbrukning sker i varuhusens restauranger, kök och hygienutrymmen. Vattenförbrukningen minimeras

genom att instruera personal och hyresgäster, föregripa och reparera även mindre läckage och skaffa effektivare vattenarmaturer för att ersätta de gamla.

## ÅTERANVÄNDNING VIA DONATIONER STOCKMANN

Stockmanns varuhus och stödfunktionerna samverkar för att främja återanvändning genom att skänka produkter som inte längre säljs, varuprover och överblivna material till avtalade lokala partners och olika återvinningsverkstäder. I Helsingfors samarbetar vi kontinuerligt med Näprä-enheten på Återvinningscentralen. Vi donerar till dem material från Stockmanns egen designstudio. Dessutom donerar vi regelbundet plagg- och produktprobitar åt HOPE r.f., som delar dem vidare till mindre bemedlade familjer eller till familjer som är utsatta för en krissituation.

## LINDEX

Lindex skänker regelbundet osålda varor till olika välgörenhetsorganisationer i enlighet med sin återvinnings- och donationspolicy. På huvudkontoret säljs provplagg varje månad, och överblivna plagg doneras till olika välgörenhetsorganisationer. Även produktionskontoren donerar kläder till olika välgörande ändamål.



# EKONOMI OCH FÖRVALTNING

Engagemang för ansvarsfull verksamhet utgör en viktig del av våra värden och vårt dagliga sätt att arbeta. I vårt beslutsfattande följer vi principerna för god bolagsstyrning. Vi strävar efter långsiktig lönsam verksamhet och vi har vidtagit flera strukturella åtgärder för att vända verksamheten åter till vinst.





## RESULTATUTVECKLING

Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat år 2017 var positivt, men minskade till 12,3 miljoner euro (30,9 miljoner euro). Av koncernens affärsenheter förbättrade Stockmann Retail och Real Estate sina resultat, men Lindex lönsamhet minskade märkbart. Lindex goodwill nedskrevs med 150 miljoner euro under året, vilket ledde till att koncernens resultat för räkenskapsperioden var förlustbringande. Målet för år 2018 är att förbättra koncernens resultat och vända Stockmann Retail's rörelseresultat positivt. .

**LÄS MER**  
i den ekonomiska översikten  
[ar2017.stockmanngroup.com](http://ar2017.stockmanngroup.com)

CSR-TEMAN	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL (KPI) OCH UTVECKLING ÅR 2017	STATUS
<b>EKONOMI OCH STYRNING</b>  <b>LÖNSAMHET MED EN HÅLLBAR AFFÄRSMETOD</b>	Vi arbetar för en etisk och transparent drift genom Stockmanns uppförandekod, FN:s Global Compact och amfori BSCI.	Vi fortsatte implementeringen av Stockmannkoncernens uppförandekods e-utbildning i Finland. Vid årets slut hade 30 % av Stockmanns personal i Finland och 94 % av Stockmanns personal i stödfunktionerna samt varuhuschefer genomfört utbildningen. Vårt mål är att 100 % av koncernens personal ska ha gått utbildningen vid slutet av år 2018. Vi fortsatte arbetet mot målet att 100 % av Stockmanns leverantörer ska ha undertecknat Stockmanns uppförandekod.	● Pågående
	Vi tillför ekonomiskt värde till alla våra intressenter.	Vårt justerade rörelseresultat år 2017 var positivt i de kvarvarande verksamheterna, 12,3 miljoner euro (30,9 miljoner euro). Nettoresultatet för året var fortsatt negativt och styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen utdelning av medel görs för räkenskapsåret. Leverantörer och personal är fortsatt de intressegrupper som tillförs det största ekonomiska värdet: köp från leverantörer låg på 790,5 miljoner euro och kostnader för anställningsförmåner uppgick till 201,6 miljoner euro under år 2017.	● Målet uppfylldes inte
	Vi tillhandahåller en transparent och pålitlig CSR-kommunikation med en helhetssyn.	Vi publicerade integrerade översikt av affärsverksamheten, de ekonomiska resultaten, styrningen och CSR. Samhällsansvarsfrågor rapporterades som ett nytt ämne i styrelsens verksamhetsberättelse i enlighet med EU-direktivet 2014/95/EU om icke-finansiell information. Vi publicerade detaljerad information om CSR-strategimål.	● Målet uppfyllt
	Vi utför en bedömning av mänskliga rättigheter med de viktigaste intressentgrupperna.	År 2017 inledde vi ett due diligence-projekt, där förverkligandet av mänskliga rättigheter i Lindex försäljningsländer utvärderades. Arbetet fortsätter år 2018, och vårt mål är att fortsätta utvärderingen av mänskliga rättigheter tillsammans med våra viktigaste intressenter.	● Pågående



## VÄRDESKAPANDE FÖR INTRESSENTER

### Resurser

PROFESSIONELL PERSONAL &  
ORGANISATION

BRAND

PRODUKTER

FLERKANALIG SERVICE

FINANSIELLA RESURSER &  
FASTIGHETER

NATURTILLGÅNGAR



### Påverkan

#### KUNDER

Omsättning exklusive moms, övriga rörelse-intäkter & finansiella intäkter

#### PERSONAL

Löner, arvoden, pensionsavgifter & övriga förmåner

#### SAMHÄLLE

Övriga sociala kostnader & skatter

#### VARULEVERANTÖRER & ÖVRIGA PARTNERS

Kostnader för produkter, material & tjänster

#### INVESTERARE & AKTIEÄGARE

Finansieringskostnader

### SKAPANDE AV EKONOMISKT MERVÄRDE OCH FÖRDELNINGEN

Stockmannkoncernens verksamhet medför ekonomiskt mervärde till bolagets intressenter inom alla verksamhetsländer. Merparten av det ekonomiska mervärdet går åt till personalens löner och arvoden samt åt leverantörer av material och service.

Stockmann Oyj Abp:s aktier noteras på NASDAQ Helsingfors Börs. Bolaget hade 46 672 (49 813) registrerade aktieägare vid utgången av året. Utdelningspolicyen som fastställts av Stockmanns styrelse är att utdela mer än hälften av resultatet från den ordinarie verksamheten. Ingen dividend utbetalades för resultatet år 2016 pga. den förlustbringande verksamheten. Styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen dividend utdelas för resultatet år 2017.

Förfrågningar om samhällsansvar från investerare och aktieägare har ökat något de senaste åren. De största oron vällar förmågan att betala dividend och skulder.

### EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENTGRUPP

Milj. euro		2017*	2016*	2015*	2014*	2013
<b>Skapande av mervärde</b>						
Kunder	Försäljning exkl.moms, övriga rörelseintäkter, finansieringsintäkter	1 060,3	1 177,5	1 435,8	1 606,0	2 041,6
Varuleverantörer och serviceproducenter	Köpta produkter och tjänster, inkl.investeringsnyttigheter och erlagda hyror	-790,5	-864,9	-1 147,6	-1 320,4	-1 567,3
<b>MERVÄRDE PRODUCERAT AV STOCKMANN</b>		<b>269,8</b>	312,6	288,3	285,6	474,3
<b>Fördelning av mervärde</b>						
Personal	Löner, arvoden och pensionkostnader	201,6	233,0	281,9	315,5	353,5
Aktieägare	Dividender	0,0	0,0	0,0	0,0	28,8
Finansierare	Finansieringskostnader	31,8	23,9	22,1	23,8	32,1
Offentliga sektorn	Övriga socialavgifter, skatter	53,2	50,1	54,7	37,0	22,7
<b>UTDELAT TILL INTRESSENTGRUPPERNA TOTALT</b>		<b>286,7</b>	307,0	358,7	376,3	437,0
<b>Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten</b>		<b>-16,9</b>	5,6	-70,4	-90,7	37,2

\* Kvarvarande verksamheter

Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland har rapporterats som avslutade verksamheter år 2017, jämförelseåret 2016 har omräknats.

Varuhusaffärsverksamheten i Ryssland är rapporterad som avslutade verksamheter år 2016 och 2015, jämförelseåret 2014 har omräknats.



## VÄLGÖRENHETSSAMARBETE

Som en del av sitt samhällsansvar kan Stockmann göra donationer till icke-vinstdrivande allmännyttiga organisationer som finansierar allmänbildning, kultur, forskning och andra samhällsprojekt i Stockmanns verksamhetsländer. Välgörenhetsarbetet styrs av en donationspolicy. Dessutom kan Stockmanns affärsenheter även stöda ideella projekt för allmännyttiga organisationer, som en del av sina kommersiella kampanjer.

### STOCKMANN

- Vi förde kampanjer för att minska antalet inköpskassar tillsammans med WWF Finland, och donerade 21 254 euro till skydd för Östersjön. Även varuhusen i Baltikum inledde välgörenhetssamarbete med lokala WWF.
- I julsäsongens kampanj förverkligade vi tillsammans med kunderna mindre bemedlade finländska familjers julklappsönskemål till ett värde av 35 000 euro, vilka Hope - Yhdessä & yhteisesti levererade fram. Därtill var vi igen med i den av Home Instead Seniorihoiva organiserade kampanjen där blommor skaffas till förmån för ensamstående äldre.
- Stockmann donerade koncernens webbplats, samt Stockmanns nätbutiks startsidor till Röda Korsets Hungerdagen-kampanj.
- Vi donerade ett skyltfönster till barnrättsorganisationen Plans kampanj "moderskapskläder för en 12-åring".



Vi förde kampanjer för att minska antalet inköpskassar tillsammans med WWF Finland.



LÄS MER

[www.stockmanngroup.com/sv/csr-sv](http://www.stockmanngroup.com/sv/csr-sv)

### LINDEX

- Lindex är en av Rosa Bandet-projektets huvudsamarbetspartners. Under kampanjen år 2017 samlade Lindex tillsammans med sina kunder 900 000 euro till cancerforskning. Totalt har Lindex sedan år 2003 samlat in 13 miljoner euro till Rosa Bandet.
- I Lindex avrundningskampanjer uppmuntras kunder att runda upp sitt inköpspris till ett valbart belopp, och som donerades oavkortat till välgörenhet. Via kampanjerna under år 2017 har totalt 500 000 euro oavkortat skänkts till olika ändamål, bl.a. WaterAid.

- Under den internationella kvinnodagen kampanjerade Lindex för ett större anseende för kvinnor inom textilbranschen och donerade 10 % av kvinnodagens inkomster, 114 000 euro till HERHealth-organisationen
- Lindex kampanjerade för att minska antalet plastpåsar tillsammans med andra svenska modehus. Lindex Sveriges "One bag habit"-kampanj bidrog under år 2017 till en avkastning på 280 000 euro för försäljning av kassar. Summan doneras till välgörenhet för hållbar utveckling som till det svenska STEPS-forskningsprojektet och Water Aid. One Bag Habit breddas till nya verksamhetsländer under år 2018.

## FÖRVALTNING

Stockmanns principer som styr verksamheten har beskrivits i början av översikten, i stycket "Principerna för samhällsansvar".

### ANMÄLNINGSMEKANISMER

Bolaget har i bruk en anmälningsskanal (whistle-blowing channel) som upprätthålls av utomstående leverantör, och som personalen, samarbetspartners och andra intressenter kan använda för att anonymt rapportera om brott eller misstankar om brott mot koncernens verksamhetsprinciper eller andra instruktioner. Personalen har möjlighet att anmäla om sina misstankar även till sin förmän, till enhetens säkerhetschef, till koncernens direktörer, avdelningen för lagärenden eller interna revisionen. Alla anmälningar tas allvarigt och de behandlas konfidentiellt. Avvikelse rapporteras

till interna revisionen och till direktören för juridiska ärenden. Under år 2017 rapporterades inga fall.

### CSR-ORGANISATION

Stockmanns styrgrupp för samhällsansvar, som leds av Nora Malin, utvecklingsdirektör, ansvarar för ledningen, utveckling och uppföljning av CSR i Stockmannkoncernen. CSR-styrgruppen godkänner rekommendationer på koncernnivå, ställer upp målen för ansvarsarbetet och definierar förfaranden som omsätts i praktiken genom de normala ledningssystemen. Stockmanns ledningsgrupp har godkänt CSR-strategin och CSR-styrgruppen följer upp förverkligandet av CSR-strategin.

I anslutning till målen och aktuella frågor inom CSR bildas vid behov separata arbetsgrupper som bereder eller genomför de frågor och beslut som styrgruppen behandlat. Stockmanns miljöledningsgrupp sammanträder regelbundet för att följa upp miljöledningsfrågor såsom krävs i ISO 14001-certifikatet.

Stockmanns kommunikation och CSR-enhet ansvarar för utveckling av, koordination och rapportering om koncernens samhällsansvarsåtgärder.

Lindex ledningsgrupp svarar för hållbarhetsarbetets riktning och strategi på Lindex, i linje med strategin på koncernnivå. Det globala CSR-teamet stöder ledningsgruppen i uppställandet av mål, skapandet av strategin och ledning av hållbarhetsarbetet. Varje verksamhetsland och avdelning drar upp linjer för sitt ansvarsarbete enligt en gemensam linje.





Lindex ledningsgrupp behandlar ansvarsfrågor regelbundet. Besluten verkställs och implementeringen övervakas genom de vanliga ledningssystemen.

## BEDÖMNING AV MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Stockmann respekterar och främjar alla mänskliga rättigheter, såsom definierats i bolagets verksamhetsprinciper och kompletterande policy för mänskliga rättigheter som godkänts av styrelsen i februari 2018. Största delen av koncernens egen personal arbetar i länder där risken för brott mot mänskliga rättigheter utvärderats vara liten enligt amfori BSCI:s riskklassificering för länder. År 2017 inledde vi ett due diligence-projekt, där förverkligandet av mänskliga rättigheter i Lindex försäljningsländer utvärderades. Arbetet fortsätter år 2018, och vårt mål är att fortsätta utvärderingen av mänskliga rättigheter tillsammans med våra viktigaste intressenter. Leverantörernas mänskliga rättigheter behandlas i stycket "Utvärdering av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden".

## ANTI KORRUPTION OCH KONKURRENSBEGRÄNSANDE BETEENDE

Stockmanns princip är en transparent och ansvarsfull verksamhet. Principerna om

antikorruption och konkurrensbegränsande beteende ingår i Stockmanns uppförandekod och specificeras ytterligare i Stockmanns antikorrupsionspolicy som godkändes i augusti 2014. Bägge finns tillgängliga på koncernens webbplats.

Stockmanns personal och ledning måste agera i bästa intresse för bolaget och på ett sätt som undviker intressekonflikter. Stockmanns principer om mottagande av prover, gåvor, resekostnader eller andra penningförmåner, särskilt från leverantörer, ingår i reglerna om personalrabatter.

Likaså har Lindex etikpolicy utgjort grunden för att motverka alla former av korruption hos bolaget. Policyn tillämpas i alla verksamhetsländer och alla leverantörer informeras om policyn innan samarbetet med dem börjar. Bl.a. får våra leverantörer inte ge andra än sedvanliga företagspresenter eller någon annan slags fördelar åt enskilda anställda.

Stockmann är stiftande medlem i Transparency Finland rf, den finländska avdelningen av Transparency International, en organisation som arbetar för att bekämpa internationella mutbrott och korruption och som verkar i 90 länder.

## RISKBEDÖMNING FÖR KORRUPTION

Koncernens internationella verksamhet innebär utmaningar för åtgärder mot korruption. Antikorrupsionsprinciperna ingår i amfori BSCI:s uppförandekod och Stockmanns uppförandekod för varuleverantörer, som

används inom leveranskedjan för våra egna varumärken och som införts i leveranskedjan för våra egna varumärken.

Styrelsen har godkänt bolagets riskhanteringsprinciper, vilka gäller Stockmannkoncernens samtliga affärsenheter och affärsområden. En väsentlig del av den interna kontrollen utgörs av den interna revisionen, som verkar som en oberoende enhet under verkställande direktören och rapporterar sina iakttagelser till styrelsen.

Stockmanns styrelse och ledningsgruppen utvärderar regelbundet vilka riskfaktorer affärsverksamheterna utsätts för och huruvida riskhanteringsåtgärderna är tillräckliga som en del av strategiprocessen. Riskhanteringen stöds av interna kontrollsystem och riktlinjer. Riktlinjerna för riskhantering har utarbetats separat bl.a. för följande områden: ICT och informationssäkerhet, finansverksamhet, miljöfrågor, missbruk, säkerhet och försäkringar.

Affärsenheternas ledningsgrupper ansvarar för att göra upp finans- och strategiplaner i sina enheter. Att analysera affärsrisker och bedöma åtgärder är en del av strategiplaneringen. Affärsriskerna analyseras även utanför strategiprocessen, särskilt i samband med betydande projekt och investeringar och rapporteras till styrelsen vid behov.

Oetisk affärspraxis av Stockmanns personal eller intressenter kunde förorsaka skada åt Stockmanns image samt eventuellt ha ekonomisk inverkan. År 2017 fanns inga eller informerades Stockmann inte om korruptionsrelaterade fall.



## LÄS MER

Bolagets riskhantering, riskfaktorer och den interna kontrollens system återges mer detaljerat i Förvaltning 2017, som är en del av koncernens årsrapportering och återfinns på adressen [ar2017.stockmanngroup.com](http://ar2017.stockmanngroup.com)

## KOMMUNIKATION OCH UTBILDNING OM ANTI KORRUPTIONSPOLICY

Personalen utbildas i frågor som rör uppförandekoden och uppmanas att kontakta sina förmän när bästa tillvägagångssätt är oklart. Den koncernövergripande uppförandekoden är publicerad på koncernens webbplats och kommuniceras internt på intranätet.

Implementeringen av e-utbildningen för verksamhetsprinciperna fortsatte år 2017. I slutet av år 2017 hade 30 % av Stockmanns anställda i Finland, 94 % av personalen i Stockmanns stödfunktioner och varuhusens ledningsgrupper genomgått utbildningen. Målet är att alla Stockmannanställda genomgått utbildning i slutet av år 2018.

Under år 2017 uppdaterades Lindex etiska principer och godkändes i ledningsgruppen. Stockmanns verksamhetsprinciper, Lindex etiska principer, antikorrupsionspolicyn och whistleblowing-kanalen kommer alla att ingå i en e-utbildning.



# GRI-INNEHÅLLSINDEX

Kod*	GRI innehåll	Position	Tilläggsinformation eller information om utlämning
<b>ALLMÄNNA STANDARDUPPLYSNINGAR</b>			
102-1	Organisationens namn	42-45, GRI-index	Stockmann Oyj Abp
102-2	"De viktigaste varumärkena, produkterna och/eller tjänsterna"	3, Kort om Stockmann, 22-30, Produkter och leveranskedjan	Produkternas ursprung, produktionsförhållanden och hälsoinverkan är ämnen för offentlig diskussion. Frågor som har framförts av våra intressenter presenteras i det för frågan relevanta avsnittet i denna rapport. Exempelvis diskuteras material med animaliskt ursprung i koncernens produktriktlinjer <a href="http://www.stockmanngroup.com/en/product-guidelines">http://www.stockmanngroup.com/en/product-guidelines</a>
102-3	Huvudkontorets lokalisering	3, Kort om Stockmann	
102-4	Länder där organisationen har verksamhet	3, Kort om Stockmann, 22-30, Produkter och leveranskedjan, GRI-innehållsindex nummer 102-6	
102-5	Ägarstruktur och bolagsform	Affärsrapporten "År 2017", Ekonomisk översikt	
102-6	Marknader	3, Kort om Stockmann	"Stockmann Retail: Totalt åtta varuhus i Finland, Estland och Lettland. Stockmann har ingått ett licensavtal för bruk av Stockmann-varumärket i Ryssland fram till år 2023. AO Stockmann Reviva, ett dotterbolag till Reviva Holding Limited, har ansvarat för Stockmanns varuhusverksamhet i Ryssland sedan 1 februari 2016. Stockmann Real Estate: Totalt fem fastigheter i Finland, Estland, Lettland och Ryssland. Lindex: År 2017 hade Lindex 490 butiker. Egna butiker var belägna i tio länder i Europa: Sverige, Norge, Finland, Estland, Lettland, Litauen, Tjeckien, Slovakien, Polen, Storbritannien. 46 franchise butiker var belägna i åtta länder: Saudiarabien, Bosnien-Hercegovina, Serbien, Island, Kosovo, Albanien, Qatar, Tunisien."
102-7	Bolagets storlek	Affärsrapporten "År 2017"	
102-8	Information om anställda och andra arbetstagare	14-21, Personal	
102-9	Leverantörskedja	22-30, Produkter och leveranskedjan	Leverantör- och fabrikslista: <a href="http://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista">http://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista</a>
102-10	Förändringar i organisationen och leverantörskedjan	Ekonomisk översikt / Styrelsens verksamhetsberättelse, 22-30, Produkter och leveranskedjan	Stockmann och S-gruppen avtalade i juni om försäljning av Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland till S-gruppens andelslag. Förvärvet genomfördes 31.12.2017.
102-11	Försiktighetsprincipen	Styrelsens verksamhetsberättelse, Förvaltningsöversikt	
102-12	"Externa initiativ som organisationen stödjer"	4-9, Principerna för samhällsansvar	
102-13	Medlemskap i föreningar och lobby organisationer	<a href="http://www.stockmanngroup.com">stockmanngroup.com</a>	<a href="http://www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer">http://www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer</a>
102-14	Uttalande av verkställande direktör	Affärsrapporten "År 2017"	
102-16	Organisationens värderingar och principer	4-9, Principerna för samhällsansvar, 37-41, Ekonomi och förvaltning	Stockmann koncernens värden: <a href="http://www.stockmanngroup.com/sv/stockmannkoncernens-varden">http://www.stockmanngroup.com/sv/stockmannkoncernens-varden</a>
102-18	Organisationens styrning och styrelse	Förvaltningsöversikt, 37-41, Ekonomi och förvaltning	
102-40	Lista över intressentgrupper	9, Intressentengagemang	
102-41	Andel anställda med kollektivavtal	14-21, Personal	
102-42	"Princip för identifiering och urval av intressenter"	9, Intressentengagemang	
102-43	Intressentengagemang	9, Intressentengagemang	
102-44	Viktiga områden och frågor som har lyfts fram	Översikten i sin helhet	Viktiga områden och frågor som togs upp av våra intressenter och Stockmanns svar på dem presenteras i respektive avsnitt i rapporten.



Kod*	GRI innehåll	Position	Tilläggsinformation eller information om utlämning
102-45	Princip för redovisning av dotterbolag	Ekonomisk översikt, Noter till koncernens bokslut	Alla årliga rapporter är tillgängliga på ar2017.stockmanngroup.com
102-46	Processer för definition av innehållet	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-47	Identifierade indikatorer	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-48	Förklaring till förändringar	42-43, GRI-innehållsindex	Förändringar redovisas vid relevanta indikatorer.
102-49	Väsentliga förändringar sedan föregående rapport / Väsentliga förändringar vad gäller avgränsning och omfattning	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	Inga väsentliga förändringar som gäller avgränsning och omfattning.
102-50	Redovisningsperiod	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-51	Datum för publicering av senaste redovisning	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-52	Redovisningscykeln	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-53	Kontaktpersoner för redovisningen	42-43, GRI-innehållsindex	csr@stockmann.com
102-54	I enlighet med GRI krav	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet, 42-43, GRI-innehållsindex	Denna redovisning har gjorts i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) Standards grundläggande nivå (Core).
102-55	GRI innehållsförteckning	42-43, GRI-innehållsindex	
102-56	Rapporteringens säkring	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
<b>Styrningsmodell</b>			
103-1	Förklaring till väsentlighet	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
103-2	Styrning av de väsentliga aspekterna och deras påverkan	Översikten i sin helhet	Ett mer specifikt läge anges i GRI-innehållsindexet under det aktuella ämnet.
103-3	Uppföljning	42-43, GRI-innehållsindex	Utvärdering av ledningens tillvägagångssätt är en kontinuerlig verksamhet. Utifrån utvärderingen görs förändringar i praxis som berör den dagliga ledningen samt en del av den årliga och den strategiska planeringen. Förändringar har gjorts i förvaltningsmetoder, till exempel i samband med organisatoriska förändringar.
<b>ÄMNESSPECIFIKT INNEHÅLL</b>			
Specifika standardupplysningar rapporteras på basen av identifierade väsentliga aspekter.			
<b>Ekonomiska indikatorer</b>			
201	Ekonomiska resultat	37-41, Ekonomi och Förvaltning	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning".
201-1	Skapat och levererat ekonomiskt mervärde	37-41, Ekonomi och Förvaltning	
204	Inköpsprinciper	22-30, Produkter och leveranskedjan	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
204-1	Andel av utgifterna till lokala leverantörer		Aspekten definieras väsentlig men indikatorn är inte lämplig. Ytterligare information om inköpspraxis finns i avsnittet "Produkter och leveranskedjan" och på koncernens nätsida med en lista på egna modemarkens leverantörer och fabriker <a href="http://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista">http://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista</a>
205	Affärsetik / Antikorruption	37-41, Ekonomi och Förvaltning	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning".
205-2	Kommunikation och utbildning för motverkan av korruption	37-41, Ekonomi och Förvaltning	
205-3	Antal bekräftade fall av korruption och vidtagna åtgärder	37-41, Ekonomi och Förvaltning	
206	Konkurrensbegränsande beteende	37-41, Ekonomi och Förvaltning	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning".





Kod*	GRI innehåll	Position	Tilläggsinformation eller information om utlämning
206-1	Totalt antal juridiska åtgärder gällande konkurrensbegränsande beteende, antitrust- och monopolverksamhet samt deras utfall	42-43, GRI-innehållsindex	År 2017 fanns det inga rättsliga åtgärder eller domar för brott mot konkurrensrättsliga regler, karteller eller missbruk av dominerande ställning.
<b>Miljöpåverkan</b>			
301	<b>Material</b>	<b>22-30, Produkter och leveranskedjan</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
301-3	Materialanvändning per vikt eller volym	42-43, GRI-innehållsindex	Denna aspekt definieras som väsentlig, men den föreslagna indikatorn är inte lämplig. Information om uppfyllandet av producentansvar och om de återvinningsmöjligheter som erbjuds till kunder finns i avsnittet "Kunder" i kapitlet "Tjänster för att stödja en hållbar livsstil".
302	<b>Energi</b>	<b>31-36, Miljö</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Miljö".
302-1	Energianvändning inom organisationen	31-36, Miljö	
302-2	Energianvändning utanför organisationen	31-36, Miljö	En begränsad mängd data samlas in på energiförbrukning utanför organisationen vid kod 305-3.
303	<b>Vatten</b>	<b>42-43, GRI-innehållsindex, 31-36, Miljö, 22-30, Produkter och leveranskedjan, 10-13, Kunder</b>	"Aspekten är inte definierad som väsentlig. Vattenförbrukning i vår egen verksamhet Avloppsvatten beskrivs i avsnittet "Miljö" i kapitlet "Avloppsvatten och avfall". Avloppsvattnet från verksamheten leds till kommunala avloppssystem. Företaget har inga utsläpp i vattensystemet. Indirekt vattenförbrukning Vår leverantörskedjas vattenförbrukning förklaras i avsnittet "Produkter och leverantörskedjan" i kapitlet "Leverantörsutvärderingar med avseende på miljö". Indirekt inverkan inkluderar också vattenanvändning i användningsfas, exempelvis när kläderna tvättas i hemmet. Detta ämne diskuteras i avsnittet "Kunder" i kapitlet "Tips för att välja och vårda kläder"."
303-1	Total vattenanvändning per källa	31-36, Miljö	Vatten återvinns eller återanvänds inte i verksamheten.
304	<b>Biodiversitet</b>	<b>Rapporteras inte</b>	Aspekten definieras inte som väsentlig. Bolagets varuhus och butiker är belägna i områden som är planerade för kommersiella fastigheter. Koncernens påverkan på biodiversiteten är låg, då kommersiella fastigheter inte är placerade på naturskyddsområden eller på områden med hög biodiversitet.
305	<b>Utsläpp</b>	<b>31-36, Miljö</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Miljö".
305-1	Direkta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 1)	31-36, Miljö	
305-2	Indirekta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 2)	31-36, Miljö	
305-3	Andra indirekta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 3)	31-36, Miljö	Scope 3 indirekta utsläpp presenteras där de är relevanta; dylika största utsläpp hänför sig till logistik och avfall.
306	Spillvatten och avfall	31-36, Miljö	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Miljö".
306-2	Total avfall, per typ och hanteringsmetod	31-36, Miljö	
<b>Sociala effekter</b>			
401	<b>Sysselsättning</b>	<b>14-21, Personal</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
401-1	Totalt antal och andel av nyanställningar och personalomsättning	14-21, Personal	Information om fördelning enligt kön eller ålderskategori är inte tillgängligt för tillfället.
401-2	Förmåner som ges till heltidsanställd personal som inte omfattar visstidseller deltidsanställda	14-21, Personal	Förmåner som överskrider lagstadgad nivå har inte rapporterats i detalj. Praxisen varierar i de olika verksamhetsländerna.
402	<b>Relationer mellan personal och ledning</b>	<b>14-21, Personal</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
402-1	"Kortaste uppsägningstider avseende verksamhetsförändringar, inklusive om dessa anges i kollektivavtal"	42-43, GRI-innehållsindex	Stockmann verkar i enlighet med de uppsägningstider som anges i lokal lagstiftning i samtliga verksamhetsländer. I Finland varierar uppsägningstiden mellan två veckor och sex månader, beroende på anställningsförhållandets längd. I Sverige är motsvarande period en vecka till flera månader, beroende på anställningsförhållandets längd och förändringarnas karaktär. De kortaste uppsägningstiderna med avseende på verksamhetsförändringar har inte fastställts i kollektivavtalen för detaljhandel.
403	<b>Företagshälsovård och säkerhet i arbetet</b>	<b>14-21, Personal</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".



Kod*	GRI innehåll	Position	Tilläggsinformation eller information om utlämning
403-1	Andel av medarbetare som tillhör till arbetarskyddskommissionerna	14-21, Personal	
403-2	Typ av skada och skadefrekvens, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade dagar, frånvaro samt totalt antal arbetsrelaterade dödsolyckor	14-21, Personal	Information om fördelning enligt kön är inte tillgänglig för tillfället. Arbetsrelaterade sjukdomar och förlorade dagar rapporteras inte.
404	<b>Utbildning och personalutveckling</b>	<b>14-21, Personal</b>	
404-1	Utbildningstimmar per anställd	14-21, Personal	Information om fördelning enligt kön och personalkategori är inte tillgängligt för tillfället. Information om fördelning enligt personalkategori och andra verksamhetsländer är inte tillgänglig för tillfället.
404-2	Program för vidareutbildning och livslångt lärande	14-21, Personal	
404-3	Antalet av anställda som har regelbundet utvärderings- och karriärutvecklingssamtal	14-21, Personal	Information gällande kön eller anställningskategori är inte tillgängligt för tillfället.
405	<b>Mångfald och jämställdhet</b>	<b>14-21, Personal</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
405-1	Sammansättning av styrelse, ledning och anställda	14-21, Personal	Jämförelsetalen är delvist otillräckliga. Information om minoritetsgrupper samlas inte in eftersom detta inte är tillåtet enligt finsk lagstiftning. Anställning enligt anställningskategori rapporteras ej. Målet är att inkludera det i rapporteringen i fortsättningen.
405-2	Förhållande mellan grundlön och ersättning för kvinnor i förhållande till män	14-21, Personal	Rapporteringen omfattar verksamheten i Finland.
406	<b>Icke-diskriminering</b>	<b>14-21, Personal</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
406-1	Totalt antal diskrimineringsfall och korrigerande åtgärder som vidtagits	14-21, Personal	
407	<b>Organisationsfrihet och kollektivavtal</b>	<b>14-21, Personal, 22-30, Produkter och leveranskedjan</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitten "Personal" och "Produkter och leveranskedjan".
407-1	Verksamhet och leverantörer som identifierats där rätten att utöva organisationsfriheten och rätten till kollektivavtal kan kränkas eller vara väsentligt hotad	22-30, Produkter och leveranskedjan	De flesta av Stockmannkoncernens egna medarbetare som arbetar i länder som har klassificerats av amfori BSCI som länder med låg risk gällande brott mot mänskliga rättigheter. Organisationsfrihet i leveranskedjan följs upp genom amfori BSCI revisioner samt genom våra egna revisioner.
412	<b>Bedömning av mänskliga rättigheter</b>	<b>37-41, Ekonomi och Förvaltning, 22-30, Produkter och leveranskedjan</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning" och "Produkter och leveranskedjan".
412-1	Antal av verksamheter som har varit föremål för granskningar av mänskliga rättigheter eller konsekvensbedömningar	37-41, Ekonomi och Förvaltning, 22-30, Produkter och leveranskedjan	
412-2	Personalens utbildning kring mänskliga rättigheter	37-41, Ekonomi och Förvaltning	
414	<b>Bedömning av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsvillkor</b>	<b>22-30, Produkter och leveranskedjan</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
414-1	Nya leverantörer som bedömdes enligt kriterier angående socialt ansvar	22-30, Produkter och leveranskedjan	
414-2	Negativa sociala konsekvenser i leveranskedjan och åtgärder	22-30, Produkter och leveranskedjan	Resultaten av amfori-BSCI-revisioner rapporteras för ett jämförelsesår, på grund av förändringar i granskningsprotokoll och revisionspoäng under år 2015.
415	<b>Politisk påverkan</b>	-	Aspekten definieras inte väsentlig.



Kod*	GRI innehåll	Position	Tilläggsinformation eller information om utlämning
415-1	Politiska bidrag	42-45, GRI-innehållsindex	Stockmann stöder inte politiker, politiska partier eller dylika organisationer genom direkta eller indirekta politiska bidrag eller donationer.
416	<b>Kundernas hälsa och säkerhet</b>	<b>22-30, Produkter och leveranskedjan</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
416-2	Det totala antalet incidenter gällande icke överensstämmelse med regler samt frivilliga regler om effekterna av produkter och tjänster på hälsa och säkerhet under deras livscykel	22-30, Produkter och leveranskedjan	Under rapporteringsåret förekom inga rättsliga åtgärder eller böter beträffande hälsa eller säkerhet i samband med de egna varumärkesprodukterna.
417	<b>Marknadskommunikation och produktinformation</b>	<b>10-13, Kunder</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Kunder".
417-3	Incidenter av bristande efterlevnad avseende markandsföringskommunikation	GRI-innehållsindex	Det fanns inga incidenter gällande icke överensstämmelse med lagstiftning eller frivilliga principer under år 2017.
418	<b>Kundens integritet</b>	<b>10-13, Kunder</b>	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Kunder".
418-1	Det totala antalet motiverade klagomål gällande kundsekretess och förlust av kunddata	10-13, Kunder	
* Alla standarder, version 2016			
	<b>Kundbelåtenhet</b>	<b>10-13, Kunder</b>	Aspekten är väsentligt för Stockmann, men är inte inkluderad i den befintliga GRI-standard. Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Kunder".
	Net promoter score (NPS), sannolikhet att rekommendera service	10-13, Kunder	