

A woman is shown from the waist up, wearing a long, light brown coat over a light-colored top and matching trousers. She is holding a small potted plant with green leaves. The background is a solid, warm brown color. The year '2020' is written in large white numbers across the center, and the word 'STOCKMANN' is at the bottom.

CSR

2020

STOCKMANN



VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN

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

Jari Latvanen
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖR



Verkställande direktörens hela översikt finns i affärsrapporten "År 2020."



OM RAPPORTEN

Stockmanns rapportering 2020 består av fyra delar: **Affärsrapport 2020, ekonomisk översikt** och **CSR-översikt**. CSR-översikten presenterar Stockmanns hållbarhetshuvudpunkter, mål och framsteg i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) standarderna (core option). Alla rapporter är tillgängliga på svenska, finska och engelska på stockmanngroup.com

- 4 Kort om Stockmannkoncernen
- 5 CSR-höjdpunkter 2020
- 8 Vårt tillvägagångssätt
- 12 Rapporteringsprinciper och väsentlighet
- 13 Intressentengagemang
- 14 Inspiration för ansvarsfulla val
- 24 Hållbar shoppingmiljö
- 30 Ansvarsfull arbetsgemenskap
- 38 Ansvarsfull affärsverksamhet
- 43 GRI-index



TILL LÄSAREN

År 2020 fokuserade vi ytterligare på Stockmanns arbete för hållbarhet. Vi uppdaterade företagets affärsstrategi och integrerade hållbarhetsstrategin i den och som en tätare del av den dagliga verksamheten. De centrala indikatorerna för hållbarhet utgör således en del av den dagliga ledningen av affärsverksamheten. År 2020 präglades av utmaningar som covid-19-pandemin medförde för affärsverksamheten, och detta återspeglades i både bolagets ekonomi och hela värdekedjan.

Vi genomförde vår hållbarhetsstrategi målmedvetet på alla prioriterade områden. Såväl 2020 och under de kommande åren ligger fokus på att åstadkomma en lönsam affärsverksamhet. Ramen för detta utgörs av företagssaneringsprogrammet och våra finansiella mål. När det gäller inköpskedjan granskade vi pandemins konsekvenser för leverantörsländerna tillsammans med våra lokala inköpskontor.

Vi utvecklade vårt sortiment i en mer hållbar riktning genom att bland annat lansera återvunnet ylle och dun i våra modemarken samt lakan och handdukar tillverkade av GOTS-certifierad bomull. Vi förnyade våra naturkosmetikavdelningar på varuhusen i Helsingfors och Jumbo och utvidgade sortimentet av naturkosmetik. Andelen hållbara material i våra egna modemarken är redan över 60 %. Sammanlagt 99 % av den bomull som Lindex använder och 91 % i Stockmanns egna märkestrikåer tillverkades av mer hållbara alternativ.

Andelen hållbara material har också ökat i fråga om dun och ylle. Till exempel allt dun i Lindex produkter har producerats enligt Responsible Down Standard, och största delen av yllet har märkningen Responsible Wool Standard.

Vi fortsatte våra ansträngningar att minska användningen av plast, t.ex. genom förändringar i förpackningen av produkter i nätbutiken. När det gäller förpackningsmaterial minskade vi användningen av plast som förpackningsmaterial i nätbutikens kundleveranser med 37 % genom att ersätta säkerhetspåsar med sigill och byta ut påsar som tillverkats av återvunnen plast mot förpackningar av fibermaterial under 2020. År 2020 startade vi dessutom ett pilotprojekt för att ersätta plasttejp med papperstejp.

Stockmann satsar kraftigt på medarbetarnas kompetens, och under 2020 coachade vi alla närmaste chefer på Stockmannenheten i genomförandet av vår uppdaterade kundorienterade strategi. Satsningarna på kundupplevelser återspeglades i kundnöjdhetssenkäterna och till exempel bättre NPS-siffror för Stockmanns varuhus i alla länder.

I denna CSR-översikt berättar vi om våra mål, åtgärder och framsteg för att utveckla vår hållbarhet. Vi tar gärna emot respons på csr@stockmann.com. Med önskan om intressanta lässtunder!

Henna Tuominen

Direktör, kommunikation, CSR och IR

KORT OM STOCKMANNKONCERNEN

Stockmann, grundat år 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Bolaget har 43 656 aktieägare och ca 6 000 anställda. Koncernen har två affärsenheter: Lindex och Stockmann.

Bolaget har 8 varuhus, 420 modebutiker och 3 fastigheter i 18 länder. Bolagets huvudkontor och stödfunktioner är beläget i Helsingfors. Bolaget har dessutom sex inköpskontor i de viktigaste produktionsländerna för sina egna märkesplagg: Bangladesh, Hong Kong, Indien, Kina, Myanmar och Turkiet.

Stockmann erbjuder höglagssigt urval av varumärken, utmärkt kundservice och inspirerande och hållbara upplevelser i sina varuhus, modebutiker och näthandel. Vår vision är att vara marknadsplatsen för det goda livet.

VARUHUS OCH MODEBUTIKER I

18

LÄNDER

STOCKMANN HAR

8

I 3 LÄNDER: FINLAND,
ESTLAND OCH LETTLAND

INKLUSIVE FRANCHISINGBUTIKERNA
HAR LINDEX

458

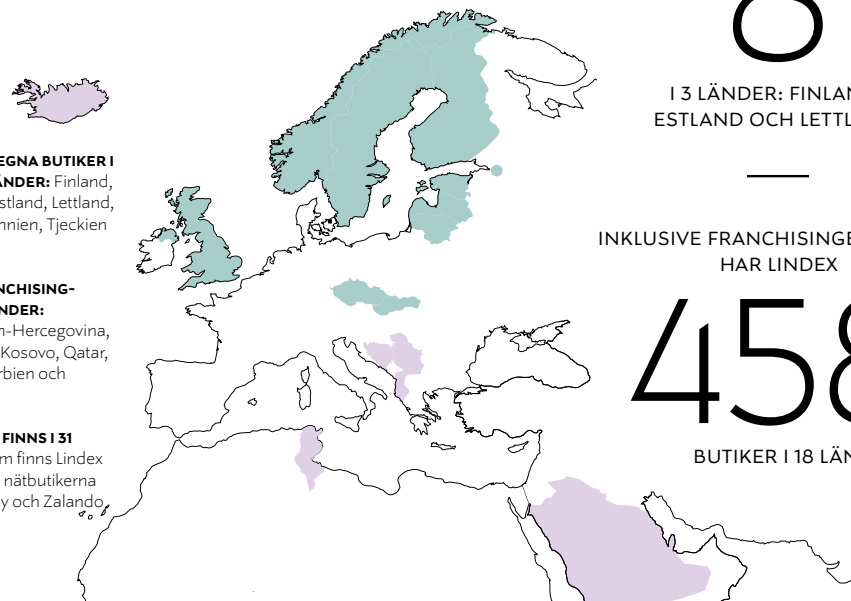
BUTIKER I 18 LÄNDER.

LINDEX HAR 420 EGNA BUTIKER I 9 EUROPEISKA LÄNDER: Finland, Sverige, Norge, Estland, Lettland, Litauen, Storbritannien, Tjeckien och Slovakien

LINDEX HAR FRANCHISING-BUTIKER I NIO LÄNDER: Albanien, Bosnien-Hercegovina, Danmark, Island, Kosovo, Qatar, Saudiarabien, Serbien och Tunisien

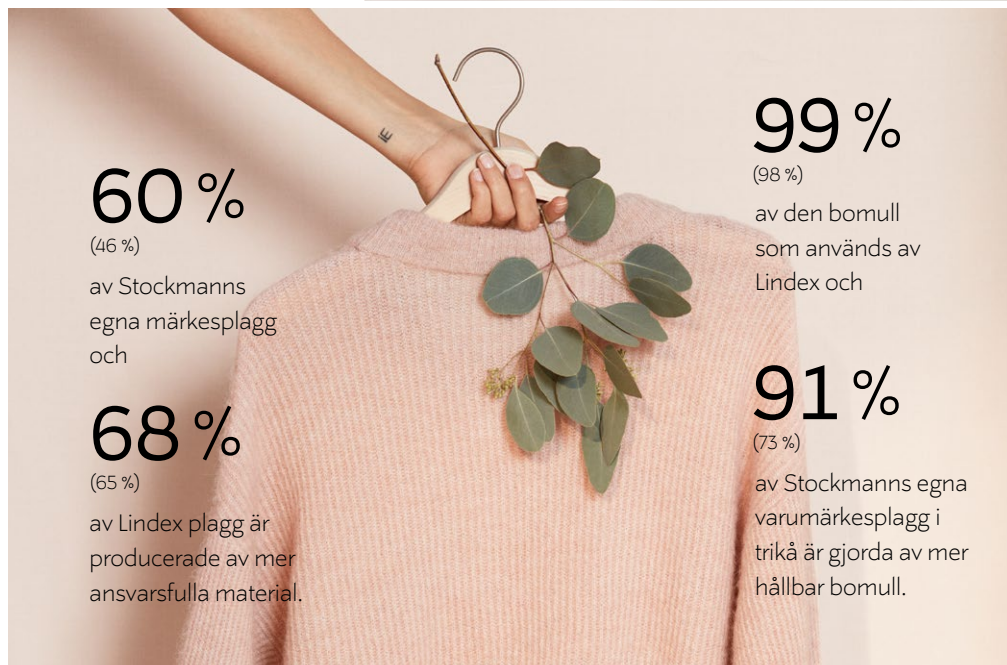
LINDEX NÄTBUTIK FINNS I 31

LÄNDER: Dessutom finns Lindex produkter till salu i nätbutikerna ASOS, Boozt, Nelly och Zalando.



CSR-HÖJD-PUNKTER 2020

Vi integrerade CSR-strategin i bolagets affärsstrategi



STOCKMANN DELTOG I KAMPANJEN #VÅRTHAV SOM SKYDDAR ÖSTERSJÖN

På våren erbjöd Stockmann tillsammans med John Nurminens Stiftelse kunderna en möjlighet att delta i skyddet av Östersjön på stockmann.com och Helsingforsvaruhuset. #VÅRTHAV-pop up presenterade kampanjprodukter av Arabia, Hackman, Karto, Sigg och Reima i en maritim miljö. Dessutom omfattade pop up-sortimentet Östersjörelaterade böcker. En del försäljningsintäkter donerades direkt till skyddet av Östersjön, och dessutom kunde kunderna donera pengar till John Nurminens Stiftelse vid kassorna.

DE FINLÄNDSKA VARUHUSENS NPS STEG MED 6,9 ENHETER FRÅN 51 TILL 58. I RIGA STEG NPS FRÅN 62 TILL 66 OCH I TALLINN FRÅN 56 TILL 63.

CASA STOCKMANNS HÅLLBARA SORTIMENT UTVIDGADES

Det hållbara sortimentet under Stockmanns varumärke Casa Stockmann växer hela tiden. I fjol lanserades lakan och handdukar tillverkade av GOTS-certifierad bomull. Dessutom kompletterades Casa Stockmann-kollektionen med mattor tillverkade av återvunna plastflaskor.





**100 % AV LINDEX
KOLLEKTION FÖR
NYFÖDDA ÄR GOTS-
CERTIFIERAT OCH
100 % AV LINDEX
DENIMPRODUKTER
ÄR "BETTER DENIM".**



**MÄNGDEN AVFALL MINSKADE
AVSEVÄRT 2020 DELVIS PÅ
GRUND AV COVID-19-PANDEMIN
I BÅDE FINLAND OCH BALTIKUM.
I FINLAND MINSKADE MÄNGDEN
AVFALL MED 29 % OCH I BALTIKUM
MED 25 % FRÅN ÅRET INNAN.**

VI MINSKAR ANVÄNDNINGEN AV PLAST YTTERLIGARE I NÄTBUTIKEN.

Vårt nya löfte: Vi använder inte plast i förpackning av kundleveranser i nätbutiken. Vi ersätter plast med fibermaterial både i nätbutikens förpackningar och som fyllning i förpackningarna. Vi utvecklar ett koncept för detta under Q1/2021.



VÄLGÖRENHETS- KAMPANJERNA SKAPADE GLÄDJE INFÖR JULEN

Stockmanns kunder understödde inför julen barn, ungdomar och seniorer genom att delta i Rädda Barnen rf:s julinsamling Kotona Asuen Seniorihoivas julblomskampanj *Ole joulupukkina seniorille*. Med hjälp av insamlingen inför julen och på sommaren fick Rädda Barnen en donation på över **22 000 euro** som används bland annat till läromedel och stöd för fritidsintressen samt stödfamiljer och -personer. Dessutom fick 1770 seniorer en blomöverskänkning som Kotona Asuen Seniorihoiva utdelade till dem före julen.



INNOVATIVA NÄTHANDELSFÖR- PACKNINGAR OCH SHOPPINGKASSAR

Stockmann införde en ny finsk innovation i sina näthandelsförpackningar och shoppingkassar. De fibrer som används i materialet Paptic® Tringa som utvecklats av inhemska Paptic baserar sig på trä från hållbart skötta, FSC-certifierade skogar. Materialet är mycket hållbart. Det avvisar vatten, andas och torkar snabbt. Kassen och förpackningen kan användas om och om igen, och materialet kan återvinnas som papper eller kartong.



**LINDEX TILLVERKADE
ÅTERVUNNEN
POLYESTER** av

806 982

plastflaskor. År 2020 använde Lindex 100 % av de tyger som beställts i början av pandemin och tillverkade **700 000 klädesplagg** av tyger som annars skulle ha blivit avfall.

HÅLLBARA MATERIAL I EGNA KOLLEKTIONER

DEN POPULÄRA KOLLEKTIONEN A+MORE BY PUPULANDIA FICK NYA PRODUKTER

Den tredje samarbetskollektionen mellan Stockmanns accessoarvarumärke A+More och **Jenni Rotonen** som skriver bloggen Pupulandia lanserades på hösten. I september lanserades mjuka mössor och halsdukar i A+More by Pupulandia och i november kompletterades kollektionen med läderväskor och accessoarer. Hållbara material är mycket viktiga i kollektionen: läderprodukterna tillverkas av vegetabiliskt garvat läder, och mössorna och halsdukarna består av återvunnet material och hållbara naturfibrer.



ESSENTIALS BY STOCKMANN

Den nya kollektionen Essentials by Stockmann baserar sig på tidlös design samt hållbara material. Kollektionen har planerats av Stockmanns egen Design Studio i Helsingfors. I valet av materialen till produkterna beaktas hållbarhetsfrågor. Till exempel produkterna i merinoylle har tillverkats av merinoylle med certifikatet Responsible Wool Standard (RWS) som säkerställer fårens välbefinnande och miljöaspekter relaterade till djurhållning. Yllet i RWS-märkta produkter kan också spåras till uppfödaren av djuren. Triåskjortorna i kollektionen har märket Sustainable Design och består av hållbart tencel-elastan.



VÅRT TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Stockmannkoncernen är engagerad i ansvarsfulla verksamheter och vårt CSR-arbete täcker hela värdekedjan inom våra affärsverksamheter. Stockmanns CSR strategi vägleds av koncernens vision, strategi, värderingar och CSR-löfte. Hållbarhet utgör en central del av Stockmanns verksamhet och har integrerats i den dagliga ledningen. Vårt CSR-löfte är att vi inspirerar och stöder våra kunder i att göra ansvarsfulla val och vi arbetar för en mer hållbar framtid.

Ansvaret börjar i leveranskedjan, från att säkerställa säkra arbetsförhållanden till att minimera miljöpåverkan. Vi vill erbjuda kunderna hållbara alternativ och information som möjliggör hållbara beslut. Vi arbetar målmedvetet för att öka andelen mer ansvarsfulla produkter i vårt urval och för att erbjuda tjänster som stöder en hållbar livsstil. Vi fokuserar på att skapa en egen, hållbar stil.

I all vår verksamhet placerar vi kunden i centrum och garanterar säkerheten och kvaliteten på våra produkter. Vi ägnar uppmärksamhet åt anställdas välbefinnande och miljöaspekter och följer principerna för god företagsstyrning.

Vägledande i CSR-arbetet är Stockmanns strategi och värderingar, CSR-strategin, Stockmanns uppförandekod, nationella lagar och förordningar, 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, antikorrupsionspolicyn, personalpolitiken, miljöledningssystem och produktriktlinjerna. Stockmann agerar etiskt på hög nivå och följer i sin verksamhet gällande internationella samt nationella lagar och förordningar. I vår verksamhet strävar vi att överskrida minimikraven i lagar, förordningar och praxis.

VÄSENTLIGA ÖVERENSKOMMELSER

Stockmann har förbundit sig till flera internationella deklarationer och konventioner

- 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 på koncernnivå från år 2005 (tidigare Business Social Compliance Initiative, BSCI)
- Avtalet om brand- och byggnadssäker i Bangladesh (Accord) från år 2013

STOCKMANNNS UPPFÖRANDEKOD

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

- Efterlevnad av lagstiftning och etisk verksamhet
- Fri konkurrens och konsument-rättigheter
- Personal och arbetsvillkor
- Miljön
- Korrupktion och intressekonflikter

Vidare vägledning i dessa kompletterande praxisar:

Stockmanns antikorrupsionspolicy

Stockmanns policy för mänskliga rättigheter





FN:S GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBARHET



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

Vi har åtagit oss att stödja FN:s hållbara utvecklingsmål (SDG) i vår verksamhet. Av de 17 målen har vi identifierat sex mål som vår verksamhet bäst kan bidra till och som vi fokuserar våra ansträngningar på.



HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Hållbarhet utgör en del av vår affärsverksamhet. Det är en central del av inköpskedjorna, sortimentet, logistiken och vår information till kunderna som stöd för inköpen. Dessutom strävar vi efter att öka användningen av mer hållbara material och processer i våra egna varumärkesurval.



ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Vi bemöter våra medarbetare och leverantörer ansvarsfullt. Vi erbjuder våra medarbetare en rättvis arbetsmiljö och vill också garantera det i vår inköpskedja. Vi strävar efter en lönsam affärsverksamhet.



BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

Vårt bidrag inkluderar att minska utsläppen, öka energieffektiviteten och utföra sortering och återvinning av avfall i vår egen verksamhet.



JÄMSTÄLLDHET

Vårt bidrag inkluderar aktivt främjande av jämställdhet i alla personalkategorier. Jämställdhet mellan könen är en central princip som Lindex införde 2019. Lindex mål är att stärka kvinnor över allt genom att skapa jämställda arbetsplatser, förbättra kvinnors självförtroende, uppmuntra kvinnor att ha en positiv inställning till sin kropp och välja en hållbar livsstil.



GENOMFÖRANDE OCH GLOBA LT PARTNERSKAP

Vi bidrar genom aktivt engagemang och samarbete med våra väsentliga intressenter. Vi är övertygade om att vi tillsammans kan driva en förändring mot en mer hållbar framtid.



RENT VATTEN OCH SANITET

Genom vår verksamhet kan vi avsevärt främja uppnåendet av målet för rent vatten och sanitet. Ett av huvudmålen i Lindex hållbarhetslöfte är att agera ansvarsfullt med vatten. Bolaget effektiviserar vattenförbrukningen i hela värdekedjan.

CSR-LÖFTE OCH STRATEGI

STOCKMANNNS CSR-STRATEGI 2019–2021

I Stockmannns CSR-strategi är målen grupperade under fyra prioriteringsområden som skapar framtiden och strukturen för vårt ansvarsarbete. Nyckeltal som möjliggör uppföljning och utvärdering av vårt CSR-arbete har fastställts för varje område.



LINDEX-DIVISIONEN

År 2019 offentliggjorde Lindex sitt hållbarhetslöfte, som baserar sig på företagets vision att "stärka och inspirera kvinnor överallt".

Löftet är indelat i tre delområden med vars hjälp Lindex vill främja en hållbar utveckling och stärka kvinnor.

1

STÄRKA KVINNOR

- Vara en föregångare i att skapa rättvisa och jämställda arbetsplatser för kvinnor
- Förespråka inkluderande och kroppspositivitet
- Stötta en hållbar livsstil

2

RESPEKTERA VÅR PLANET

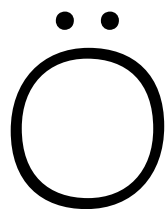
- Agera för klimatet
- Arbeta med ett cirkulärt förhållningssätt
- Agera ansvarsfullt med vatten

3

STÅ UPP FÖR MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

- Förespråka respekt för mänskliga rättigheter

RAPPORTERINGSPRINCIPER OCH VÄSENTLIGHET



Översikten omfattar Stockmannkoncernens egen verksamhet. Koncernens rapporteringssegment är Lindex och Stockmann. Stockmanns

dotterbolag Lindex publicerar även en egen hållbarhetsredovisning, med mer detaljerad information om bolagets hållbarhetsarbete, på lindex.com.

I miljösiifroma ingår också information om varuhusens hyresgäster. Leveranskedjan behandlas i den omfattning som definieras 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 divisionerna, 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.

VÄSENTLIGHETS- BEDÖMNING

Vårt arbete fokuserar på de CSR-ämnen som är mest relevanta för vår verksamhet. Att bedöma väsentligheter är en pågående process. Som en del av vår senaste CSR-strategiprocess för perioden 2019–2021 genomförde vi en intressentundersökning. På basen av intressentundersökningen samt på basen av en fortgående intressentdialog och marknadsanalys, har vi definierat 22 väsentliga teman och indikatorer som fungerar som grund för vår rapportering.

LINDEX

I syfte att bedöma aspekter som är specifika för Lindex verksamhet utför bolaget en kontinuerlig väsentlighetsbedömning, för att få insikt från sina intressenter och komplettera koncernens väsentlighetsbedömning. Under 2017 genomfördes en utvärdering på Lindex, där representanter från de mest väsentliga intressentgrupperna deltog. Tillsammans med varumärkesundersökningens resultat, vägleder väsentlighetsanalysen Lindex hållbarhetsredovisning och kommunikation.

VÄSENTLIGHETSANALYS

STOCKMANNS STRATEGISKA PRIORITETER 2019–2021

VÄSENTLIGA ASPEKTER

ASPEKTGRÄNS

INSPIRATION FÖR HÅLLBARA ALTERNATIV

Kundbelåtenhet	Egen verksamhet
Marknadskommunikation och produktinformation	
Kundintegritet	
Kundernas hälsa och produktsäkerhet	Leveranskedjan för egna varumärken, produktsäkerhet och inköpsrutiner i egen verksamhet
Material	
Inköpsprinciper	
Miljömässiga och sociala bedömningar av leverantörer	

HÅLLBAR INKÖPSMILJÖ

Energi	Egen verksamhet
Utsläpp	Egen verksamhet och indirekta utsläpp för utvalda delar
Spillvatten och avfall	Egen verksamhet

ANSVARSFULL ARBETS- GEMENSKAP

Sysselsättning	Egen verksamhet
Relationer mellan personal och ledning	
Organisationsfrihet och kollektivavtal	
Hälsa och säkerhet i arbetet	
Utbildning	
Mångfald och jämställdhet	
Icke-diskriminering	

HÅLLBARA AFFÄRSMETODER

Ekonomiska resultat	Egen verksamhet
Bedömning av mänskliga rättigheter	Egen verksamhet och leveranskedjan för egna varumärken
Antikorruptionsverksamhet	Egen verksamhet
Konkurrensbegränsande beteende	Egen verksamhet



DIALOG MED INTRESSENTER

Vi för en aktiv och pågående dialog med våra 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.

INTRESSENTGRUPP	INTERAKTION	INTRESSENTERNAS VIKTIGASTE INTRESSEN OCH BEKYMME ÅR 2020	SVARANDET PÅ INTRESSENTERNAS FÖRVÄNTNINGAR
KUNDER Kunderna är en särskilt viktig intressentgrupp och ett av våra värden är fokus på kunden.	Dialog i varuhusen och modebutikerna, via kundservicecentret, e-post, telefon och social media) via kundpaneler, enkäter marknadsföringskommunikation, evenemang och stamkundsprogram.	Kundservice och -belåtenhet, kundintegritet, använda material och kemikalier i produkter, arbetsförhållanden och kemikalier i leverantörskedjan, djurens rättigheter, förpackningsmaterialen i beställningar från stockmann.com och indelning i flera leveranser, hållbara produkter i sortimentet, reform av stamkundsprogrammet och dess förmåner, shoppingkassar och plast, kvinnor och lokalsamfund i Index verksamhet.	Vi utvecklade vår verksamhet och förnyade vår nätbutik för att i högre grad uppfylla kundernas förväntningar. Vi utvecklade sortimentets hållbarhet, lanserade nya säkra tjänster och inköpskanaler för våra kunder, vi minskade användningen av plast ytterligare i bland annat nätbutiksleveranserna.
PERSONAL Vi värdesätter våra medarbetare och deras engagemang i vårt bolag. Vi arbetar kontinuerligt för att förbättra arbetsförhållandena på arbetsplatsen och utvecklar dialogen med våra medarbetare.	Prestationer och utvecklingssamtal, personalenkäter, koncernnämnden och personalnämnden, evenemang, workshops, intranät, Teams.	Arbetshälsa och välbefinnande på arbetet, belastning, utbildning och utveckling, jämställdhet, moderna samarbetsplattformar och kommunikationsmedel, miljöfrågor i varuhusen, engångsservis, ansvarssfulla material i produkter, återvinning av kläder, material, produktionsprocesser, cirkulär ekonomi, ansvarsfullt agerande med vatten i leverantörskedjan, välbefinnande av djur.	Medarbetarna deltog i uppdateringen av Stockmanns strategi och utvecklingen av verksamheten på workshoppar samt p.g.a information av olika kanaler och undersökningar. Vi coachade alla chefer på Stockmandivisionen för att utveckla kundorienteringen.
AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE Stockmann vill vara ett intressant och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden.	Börsmedelanden, finansiella rapporter, årsredovisning, koncernens webbplats, webcasts, regelbundna möten med investerare, bolagsstämman, enkäter	Ekonomisk utveckling och förmågan att kunna ändra bolagets riktning, genomförandet av strategi, aktiekursutveckling, CSR-prestation samt tillfredsställelse av kunder och medarbetare.	Vi deltog i Carbon Disclosure Project (CDP) och i flera hållbarhets- och ESG-enkäter.
VARULEVERANTÖRER OCH SERVICEPRODUCENTER Dessa har en nyckelroll med tanke på det fortloppande arbetet för hållbarhet och lönsamhet. Alla leverantörer förväntas följa Stockmanns uppförandekod.	Möten, förhandlingar, workshops, samarbetsprojekt och -kampanjer, fabriksbesök och -inspektioner, webbplats, leverantörsenkäter, och Stockmanns årliga leverantörsdag.	Implementering av strategin, sortiment, hållbarhetsmål och -initiativ, framlyftande av hållbarhetsteman, material, produktionsprocesser, arbetsrutiner, transparens, hantering av vattenförbrukningen.	Vi satsade på dialog med våra lokala inköpskontor i syfte att beakta varuleverantörernas situation och säkerhet.
MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER Vi samarbetar och för en dialog med myndigheter och organisationer för att utveckla vår affärsverksamhet.	Via organisationer, samarbetsprojekt, deltagande i enkäter, valgörehetsarbete, webbplats och årsredovisning.	Risker relaterade till arbete och mänskliga rättigheter i inköpskedjan, ledning av inköpskedjan och transparens, laginitiativ till omsorgsskyldighet avseende mänskliga rättigheter, planering och inköpsrutiner, produktionsprocesser, arbetsrutiner i inköpskedjan och den egna verksamheten, bekämpning av klimatförändringen och växthusutsläpp i värdekedjan, material, djurens välbefinnande, pälsprodukter i varuhusurvalet, användning av plast, cirkulär ekonomi.	Vi förde dialog med bland annat frivilligorganisationer relaterade till bland annat Finnwatch, utredningar och varumärkeskampanjen Eetin Ränkkää brändi, vi deltog i utbildning i mänskliga rättigheter riktade till finländska företag samt i SIHTI-revisionen. Vi svarade på enkäter, gav intervjuer till och höll föreläsningar för studerande.



INSPIRATION FÖR ANSVARSFULLA VAL

Vårt mål är att vara en inspirationskälla för ansvarsfull konsumtion och livsstil. Vi erbjuder ansvarsfullt och långvarigt kvalitetsmode och vi respekterar och lyssnar på våra kunder och gör varje kundmöte speciellt. Vi marknadsför hållbara varumärken och tillhandahåller tjänster för att stödja en mer ansvarsfull livsstil. Vi främjar hållbara leveranskedjor och fokuserar på våra leveranskedjors ansvar, transparens och spårbarhet.



Vi fokuserar på att tillhandahålla en förstklassig service som överträffar våra kunders förväntningar. Vi erbjuder regelbunden utbildning för vår personal och genomför kundundersökningar. Kundrespons används för att förbättra kundservicen och försäljningen, i den dagliga ledningen av personalen, för att utveckla färdigheter, ersättning och engagemang och i utformningen av utbildningsprogram.

KUNDBELÅTENHET

Stockmann och Lindex använder sina egna separata kundresponskanaler. Båda affärsenheterna följer med utvecklingen av kundbelåtenheten och varumärkesbilden.

All respons som mottagits via kundservice, per telefon, e-post eller sociala medier analyseras på Stockmann.

Stockmanns kundservice svarar på respons per telefon, e-post och sociala medier. År 2020 hanterade kundservicen cirka 196 000 (195 000) fall och kundnöjdheten var 62 % (65). De teman som fick mest respons var bland annat nätbutiksbeställningar och deras logistik samt tillgängligheten för produkter. Övriga frågor relaterade till kampanjen Galna Dagar, COVID-19, företagssaneringsförfarandet och kundservicen överlag.

Kundupplevelserna mäts regelbundet med hjälp av e-postenkäter som skickas ut till stamkunderna och dem som shoppar i nätbutiken. En av mätarna i enkäterna är Net Promoter Score (NPS), som berättar om

kundens vilja att rekommendera Stockmann och som är ett av våra strategiska nyckeltal. År 2020 förbättrades rekommendationsgraden i alla länder. NPS för varuhuset i Finland var 58 (51) och för nätbutiken 34 (49) på grund av bytet av nätbutiksplattform. Utvecklingen av nätbutiken fortsätter tillsammans med kunderna. NPS för Riga var 66 (62) och för Tallinn 63 (56).

INSPIRATION FÖR ANSVARSFULLA VAL

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi är en inspirationskälla för ansvarsfull konsumtion och livsstil	<p>Resultat för varuhusens Net Promoter Score (NPS): mål för Finland och Lettland 70 och för Estland 71 fram till slutet av 2021 (på skalan från -100 till +100)</p> <p>Hållbarhetsfrågor i varuhusens enkäter efter försäljning: mål 4 före utgången av 2021 (skala 1-5)</p>	<p>Vi främjade aktivt hållbara produkter och tjänster i vår marknadsföring, kommunikation och i varuhuset.</p> <p>NPS för varuhuset i Finland var 58 (51), för Riga 66 (62) och för Tallinn 63 (56). Nätbutikens NPS sjönk till 34 (49) på grund av byte av nätbutiksplattform. Utvecklingen av nätbutiken fortsätter tillsammans med kunderna.</p> <p>Enkäten för efterförsäljning förändrades år 2020. Jämförbara resultat finns tillgängliga år 2021.</p>	● På väg mot målet
Vi erbjuder ansvarsfullt och kvalitativt mode med lång livslängd	Andelen mer ansvarsfulla material inom de egna klädmärkena: mål 50 % av alla produkter och 80 % av alla trikåplagg före utgången av 2021	Vi ökade andelen hållbara produkter i vårt urval och introducerade nya varumärken. 60 % (46) av Stockmanns egna klädmärken var tillverkade av mer hållbart material, medan 91 % (73) av de egna trikåmärkena var tillverkade av mer hållbart trikåmaterial.	● Målet uppfyllt
Vi främjar ansvarsfulla leveranskedjor	Mål: 100 % av de egna märkenas leverantörsfabriker i högriskländer har reviderats för utgången av 2021	100 % av mode och de egna varumärkesleverantörerna har undertecknat Stockmanns uppförandekod för leverantörer, amfori BSCI code of conduct, eller liknande.	● På väg mot målet





TJÄNSTER FÖR ATT STÖDJA EN ANSVARSFULL LIVSSTIL



Vår mål är att inspirera och stödja våra kunder i att göra ansvarsfulla val. Vi erbjuder våra kunder tjänster som stöder detta mål.

STOCKMANN

- Vi erbjuder kunderna information om hur produkterna ska användas och underhållas samt om återvinningsalternativ så att produktens livscykel kan förlängas och miljöpåverkan minimeras
- Vi erbjuder även moderådgivning, sömnad och inredningstjänster för att möjliggöra skräddarsydda tjänster och skapande av en personlig och hållbar stil.
- Stockmannvaruhuset i Finland och varuhuset i Estland samarbetar med Emmy, en second-hand nätbutik för begagnade märkeskläder. Tjänsten möjliggör att våra kunder kan hämta kläder till återanvändning till varuhuset och försäljningsinkomsterna kan laddas på Stockmanns presentkort.
- I Finland kan kunderna lämna tillbaka begagnade elektriska apparater, batterier, lysrör, energisparlampor och nagellacksburkar till Stockmannvaruhuset. I Baltikum kan batterier återlämnas på varuhuset.
- Varuhuset i Finland och Baltikum ordnar årligen olika återvinningskampanjer tillsammans med varuleverantörerna. I syfte att öka konsumenternas intresse för återvinning genomförde vi under första halvåret 2020 en särskild återvinningskampanj tillsammans med Lumene, där vi

öppnade återvinningsställen på alla Stockmannvaruhus i Finland. Idén bakom vårens kampanj var att instruera och uppmuntra konsumenter att återvinna kosmetikförpackningar på rätt sätt.

LINDEX

- På sin webbplats och i butikerna ger Lindex information om hur man gör medvetna val. Målet är att förlänga klädernas livslängd och minska miljökonsekvenserna.
- Lindex kunder kan lämna in begagnade textilier och kläder för återvinning och återanvändning till alla butiker i Sverige, Norge, Finland och Lettland. År 2020 insamlade Lindex 123 (155) ton textilier bortsett från textilier som insamlades i Lettland. I Finland ordnades inga textilinsamlingar under andra och tredje kvartalet på grund av coronaviruspandemin. Även i Norge minskade mängden insamlade textilier på grund av pandemin. Därför minskade mängden insamlade textilier från 2019.

MARKNADS- KOMMUNIKATION OCH PRODUKTINFORMATION



Stockmann respekterar konsumentens rättigheter och bedriver sin marknadsföring på ett ansvarsfullt sätt. Verksamhets-sättet är en del av koncernens uppförandekod (Code of Conduct). Marknadskommunikatio-

nen överensstämmer med reglerna för den Internationella handelskammaren (Consolidated ICC Code on Advertising and Marketing Communication Practice), konsumentskyddslagen och vår strategi.

Vårt mål är att vara en inspirationskälla för hållbar konsumtion och livsstil.



MARKNADSKOMMUNIKATION

Vår marknadsföringspraxis undviker vilseledande metoder, såsom falska eller vilseledande 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 marknadsföringsdirektörer övervakar praxis.

Lindex har sina egna marknadsföringsinstruktioner för till exempel bilder, marknadsföringstexter, val av modeller och bildbehandling samt instruktioner för 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 relaterad till etisk marknadsföring.

Det fanns inga incidenter gällande icke-överensstämmelse med lagstiftning eller frivilliga principer under år 2020 hos Stockmann. Lindex erhöi ett klagomål, där svenska Reklamombudsmannen ansåg en reklam vara vilseledande.

PRODUKTINFORMATION

Vi följer lagstadgade bestämmelser vid märkning av produkter. Utöver dessa etiketter kan även frivilliga etiketter, som berättar om produktens hållbarhet, fästas på produkterna.

Modeprodukter som tillverkas av material med mindre miljöpåverkan, som ekologisk



bomull eller återvunna fibrer, märks tydligt med en etikett på förpackningen och i nätbutikens produktinformation.

Ursprungslandet är märkt på alla Stockmanns egna varumärkens klädesplagg och inredningstextilier. Ursprungslandet är också märkt i alla klädesplagg som säljs av Lindex.

STOCKMANN

- I sina egna modemärken använder Stockmann Sustainable Design-etiketten för att kommunicera och erbjuda information om produkter som vi anser vara mer



ekologiska, som till exempel är gjorda av Better Cotton eller ekologisk bomull, lyocell eller återvunnen polyester. Produktens ursprungsland anges i tvättnvisningen.

- Stockmanns egna varumärken får använda märket Design from Finland till 2023. Märket Design From Finland anger att produkten designats i Finland med fokus på användaren. Bolaget förbinder sig till att offentligt informera sina intressenter om produktionskedjans struktur, produktionsland och inhemskhet. Stockmanns egna varumärken designas av Stockmann Design Studio i Helsingfors.
- Dessutom finns det allt fler internationella och inhemska varumärken i Stockmann-varuhusens breda produktsortiment som ger ytterligare information om produktens hållbarhetsaspekter. År 2020 startade vi ett hållbarhetsprojekt för att öka informationen om hållbara val i nätbutiken.

LINDEX

- Lindex hör till de tio största användarna av hållbar bomull i världen. Sedan 2020 är 80 procent av den bomull som Lindex använder hållbart producerad.

- Lindex tillverkade 700 000 klädesplagg av tyger som annars skulle ha blivit avfall på grund av att efterfrågan på kläder rasade våren 2020 på grund av coronavirus-pandemin.

LINDEX

- många bomullskläder, i synnerhet denim-produkter, innehåller delvis återvunnen bomull
- den bomull som används i babykläder har tillverkats av GOTS-certifierade, hållbart producerade råvaror
- lädret i alla produkter härstammar från produktionsdjur
- allt dun produceras enligt Responsible Down Standard
- lyocell och viskos har EU:s Eco-märkning
- största delen av yllet har märkningen Responsible Wool Standard.

KUNDINTEGRITET

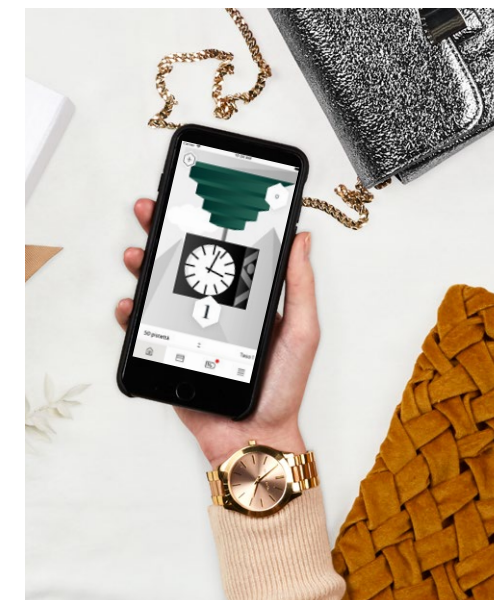
Stockmann och dess anställda skyddar kundernas integritet och okränkbarhet. Vi avslöjar inte eller använder oss inte av någon kundinformation på annat sätt än vad som strikt överensstämmer med EU:s allmänna dataskyddsförordning (GDPR) och med Stockmanns dataskyddspraxis. Utbildningarna relaterade GDPR och kundintegritet är obligatorisk för alla medarbetare och ingår i personalintroduktionen.

Bolaget hade två stamkundsprogram. Stockmanns förnyade stamkundsprogram MyStockmann hade ca 1,4 miljoner aktiva

stamkunder. Lindex stamkundsprogram More at Lindex har över 4,1 miljoner medlemmar. Stamkunder får personliga erbjudanden och förmåner.

Stamkundssystemens register-beskrivningar finns på respektive enhets webbplats. Båda 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.

År 2020 inträffade tre kränkningar av integriteten hos Stockmanns kunder i Finland och ett sådant fall i Lettland. Fallen utreddes och gav inte anledning till rapportering till dataskyddsmyndigheterna. Lindex hade inga fall relaterade till kundintegritet. Stockmanns





mål är noll incidenter gällande kränkande av kundintegritet.

HÅLLBART PRODUKTURVAL

Stockmannkoncernens varuhus och modebutiker erbjuder ett omfattande urval av produkter som ska uppfylla de krav på kvalitet, miljö, och produktsäkerhet som ställs för dem vid varje tidpunkt.

Produkturvalet på Stockmannvaruhusen och i Lindex modebutiker erbjuder kunderna möjligheter att göra säkra och ansvarsfulla

köpsbeslut. Inom mode, kosmetik och hushållsartiklar är det möjligt att välja ekologiska produkter, produkter tillverkade av återvinningsmaterial och produkter med ekomärkning. Stockmann uppmuntrar försäljningspersonalen till att identifiera hållbara produkter inom sina ansvarsområden. Medarbetarna har tillgång till information om hållbarhetsaspekter och produkternas ursprung på Stockmanns intranät.

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 Commercial Operations-organisation säkerställer att produkterna överensstämmer med gällande krav enligt lagstiftningen. Produkterna testas regelbundet av tillverkarna och importörerna, och Stockmann testar produkterna för egna varumärken och egen import. Testningen görs med hjälp av regelbundna 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. I Finland främjas och övervakas



Vi lanserade två nya egna kollektioner inom Stockmanns mode samt nya hållbara kvaliteter.

MATERIAL



produktsäkerheten av finska Tullen och Säkerhets- och kemikalieverket Tukes.

Eventuella produktåterkallelser hanteras enligt interna anvisningar för återkallelser, som fastställer ansvarsområden och nödvändiga åtgärder. Under 2020 förekom det inga offentliga produktåterkallelser av egna varumärkesprodukter hos Stockmann. I samarbete med livsmedelsverket återkallades en dansk importörs produkt.

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 så kallade hållbara material, såsom hållbar bomull, lyocell och återanvända fibrer i koncernens egna märkesprodukter. Med hållbar bomull menas ekologiskt odlad bomull, Better Cotton Initiative-bomull (BCI) eller återvunnen bomull.





STOCKMANN

- År 2020 var 60 % (46) av Stockmanns egna märkesplagg tillverkade av ansvarsfulla material medan redan 91 % (73) av Stockmanns egna märkens trikåplagg var gjorda av hållbar bomull. Till exempel när det gäller dammodemärket NOOM var andelen mer hållbar bomull i alla trikåprodukter 73,9 % under 2020, medan motsvarande siffra för bammodemärket BOGI var 97,7 %. När det gäller herrmode var andelen mer hållbar bomull till exempel i trikåprodukter av märket Cap Horn 97 % under 2020.

Hos Lindex
tillverkades
99 %
av bomullen
hållbart.



- År 2020 utvidgade Stockmann sortimentet av hållbara material med certifierat RWS-ylle (Responsible Wool Standard) och RDS-dun (Responsible Down Standard) som produceras hållbart enligt standarderna med beaktande av djurens välbefinnande och miljökraven. Utvidgningen var en fortsättning på Better Cotton-bomull (BCI) och LENZING™ ECOVERO™-viskor som togs in i sortimentet 2019.
- Vi inledde samarbete med alla våra varuleverantörer för att kunderna ska få tillgång till information om produkternas ursprung och hållbara material både när det gäller våra egna och våra samarbetspartners varumärken.
- Vi informerar aktivt leverantörerna om Stockmanns utvecklingsprojekt för hållbarhet, och köparna strävar alltid efter att välja det mest hållbara alternativt av de erbjudna produkterna.
- I kollektionen Casa Stockmann lanserades en handduksserie som tillverkas av GOTS-certifierad ekologisk bomull och som är en fortsättning på GOTS-certifierade sängkläder i ekologisk bomull som lanserades 2019.

LINDEX

- 68 % (65) av Lindex-plagg tillverkades av mer hållbara material, och cirka 99 % (98) av bomullen var hållbart producerad.
- Ett av Lindex ambitiösa hållbarhetsmål är att 100 % av de använda materialen är återvunnet eller mer hållbart tillverkade innan år 2025.



- Sammanlagt 100 % av Lindex kollektion för nyfödda barn är GOTS-certifierat och 100 % av Lindex denimprodukter är "Better Denim".
- Lindex tillverkade återvunnen polyester av 806 982 plastflaskor.
- År 2020 använde Lindex 100 % av de tyger som beställts i början av pandemin och tillverkade 700 000 klädesplagg av tyger som annars skulle ha blivit avfall.

ANVÄNDNING AV KEMIKALIER

Vid tillverkning av kläder används kemikalier till exempel vid färgning, tryck och tvätt. Stockmannkoncernen uppfyller kraven enligt REACH-förordningen och vi arbetar aktivt med att begränsa användningen av skadliga kemikalier i alla våra produkter. Koncernen strävar efter att minska användningen av

skadliga kemikalier. Bland annat perfluorerade föreningar (PFC) har varit helt förbjudna sedan 2014. Förbudet inverkar på alla ytterkläder i Stockmanns och Lindex sortiment, som nu behandlas med skyddsämnet Bionic-finish@ECO i stället. Dessutom har Lindex antagit ett frivilligt förbud mot att använda cykliska siloxaner och PFAS-föreningar i kosmetiska produkter.

Lindex har antagit en kemikaliestrategi och enligt detta är målet att bolaget innan utgången av år 2025 har slopat alla farliga och giftiga ämnen i dess leveranskedja och att transparenta och hållbara kemikalier används i stället. Under år 2019 publicerade Lindex en lista över kemikalier (MRSL) som inte är tillåtna i något skede i tillverkningen av bolagets produkter. Med hjälp av MRSL kan Lindex eliminera skadliga kemikalier från leveranskedjans början. Företaget började också kartlägga leverantörernas kemikalielager.

År 2020 inträffade inga incidenter relaterade till kemikalier på Stockmann eller Lindex.

HÅLLBAR HANTERING AV LEVERANTÖRSKEDJAN

Ansvarsfulla, transparenta och spårbara leveranskedjor är ett av fokusområdena i Stockmanns CSR-arbete. Vår rapportering om leveranskedjan baserar sig på riskbedömning och påverkningsmöjligheter. Vi fokuserar särskilt på ansvaret och utvecklingen av Stockmannkoncernens egna varumärkens leveranskedjor, som vi har den bästa möjligheten att påverka.



INKÖSPRAXIS



Våra intressenter visar ett ökande intresse för vårt arbete i inköpskedjan. Frågor har ställts bland annat om våra inköpsrutiner, tillverkningsländer, vår uppförandekod för varuleverantörer samt mänskliga rättigheter såsom skälig lön, organisationsfrihet och spårbarhet.

Stockmann kräver även att alla dess varuleverantörer förbinder sig till 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 Stockmannvaruhusens utbud. Dessutom finns det ett brett sortiment av egna varumärken som designats av Stockmann Design Studio och som inte kan hittas någon annanstans. Nästan alla produkter som säljs på Lindex är egna varumärken.

Inom Stockmanns egna klädmärken är andelen hållbara kvaliteter redan

60 %

av kollektionerna.

INKÖSPRAXIS FÖR LEVERANTÖRER AV EGNA MÄRKEN

Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar, utan de egna märkesprodukterna tillverkas av kontraktssleverantörer. 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 ska uppfylla Stockmannkoncernens startkrav och förbinda sig till den gemensamma uppförandekoden och kontinuerlig förbättring. Vårt mål är ett långsiktigt samarbete med leverantören.

INTENSIVT SAMARBETE MED VARULEVERANTÖRER

Stockmannkoncernen har sex lokala inköpskontor i Bangladesh, Hong Kong, Indien, Kina, Myanmar och Turkiet.

Kontoren spelar en viktig roll när det gäller att utveckla arbetsförhållanden och identifiera risker. Tillsammans sysselsätter kontoren totalt 118 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 94 % av Lindex produkter köptes via våra inköpskontor.

Sammanlagt 54 % (58) av Stockmanns egna varumärkestillverkare var så kallade direkta leverantörer och 46 % (42) kom via



STOCKMANNS EGNA VARUMÄRKEN

FÖR KVINNOR

cut & pret, cut & pret PLUS, A+more, Essentials by Stockmann, NOOM, NOOM Loungewear, Stockmann Silk



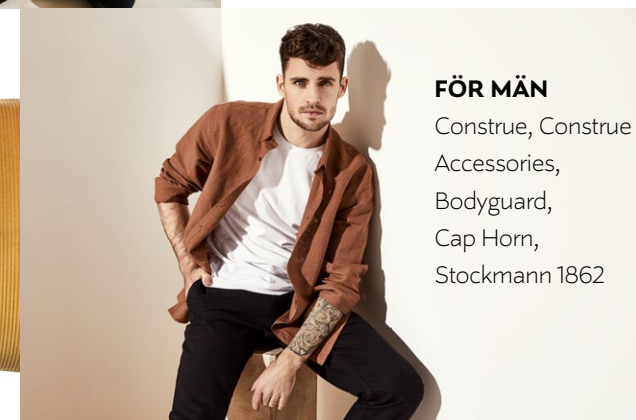
FÖR BARN

Bogi, Cube Co.



FÖR HEMMET

Casa Stockmann, Villa Stockmann



FÖR MÄN

Construe, Construe Accessories, Bodyguard, Cap Horn, Stockmann 1862

inköpskontoren. Sammanlagt 65 % av inköpsvolymerna kommer via inköpskontoren och 35 % av direkta leverantörer.

Våra lokala hållbarhetsexperter utbildar och stöder leverantörer och fabriksägare i iakttagandet av uppförandekoden och miljökraven. De utför också revisioner som kan vara anmälda eller oanmälda. 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. Kriterierna utgörs bland annat av hållbarhet och affärsprestationer. Utifrån utvärderingen klassificerar vi våra leverantörer på olika nivåer, och leverantörerna med de bästa betygen får mest beställningar.

INSTRUKTIONER FÖR LEVERANTÖRER

Hållbara affärsprinciper utgör grunden för både Stockmanns och Lindex inköpsrutiner. Alla leverantörer måste förbinda sig vid Stockmanns uppförandekod för varuleverantörer, Lindex uppförandekod SEDEX-standard eller amfori BSCI:s uppförandekod kompletterat med Stockmanns egna riktlinjer som fastställs på basis av iakttagna människorätts- och andra risker. Exempel på dessa är förbudet mot sandblåstringsmetoder och bomull från



Uzbekistan, respekt för djurs grundläggande rättigheter och kemikaliebegränsningar.

Obehörig underentreprenad utgör en risk för överensstämmelsen med koden. Våra producenter är alltid skyldiga att informera oss om 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.

REVISIONER AV SOCIALT ANSVAR

Stockmann har varit 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 produktionsanläggningar i hela världen. Dess uppförandekod baserar sig på internationella konventioner. Den innehåller 11 grundläggande arbetsrättigheter, som medlemsföretagen och deras affärspartner ska iaktta för att fortlöpande förbättra inköpskedjornas verksamhet.

Stockmann kommunicerar aktivt om amfori BSCI-uppförandekoden till sina 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 egna märkesprodukter tillverkas, granskas regelbundet genom egna revisioner som utförs av våra egna lokala medarbetare samt genom amfori BSCI, SEDEX och SA8000 revisioner som utförs av tredje parter.

År 2020 lämnade Lindex amfori BSCI, och framöver iakttar företaget SEDEX-standard. Stockmann bedömer läget för revisionssamarbetet efter förändringen inom Lindex. Fabriker som används av Lindex granskas regelbundet av både interna och tredje parters revisioner. Parallellt med revisioner utvecklar Lindex självutvärdering där de utbildar leverantörerna att utvärdera sig själva och rapportera om sitt arbete till bolaget. Med självutvärdering syftar Lindex till att leverantören även på eget initiativ vill utveckla sina färdigheter för att förbättra de sociala förhållandena utan konstant externt tryck.

I juli 2020 gavs Population Research and Development Associates (PRDA) i uppdrag att bedöma Lindex projekt WE Women. PRDA ombads utreda om kvinnliga anställdas arbetsförhållanden och karriärmöjligheter förbättrats på de fabriker som deltog i projektet. Enligt resultaten är det klart att projektet WE Women uppnått sina huvudsakliga mål. Minst 70 % av kvinnliga anställda ansåg att arbetsförhållandena och karriärmöjligheterna hade förbättrats på de fabriker som deltog i projektet. Ca 94 % av kvinnliga anställda

konstaterade att arbetsförhållandena på fabrikerna hade blivit bättre efter januari 2019, och 90 % av dem ansåg att också deras karriärmöjligheter förbättrats samtidigt.

Koden baserar sig på ETI (Ethical Trading Initiative), men har ett ökat fokus på jämställdhet och särskilt för situationen för kvinnor i fabriker. Alla Lindex affärspartner är skyldiga att följa uppförandekoden som implementeras i Lindex hela värdekedja fram till slutet av 2021.

REVISIONER OCH FYND

Efter varje revision, vare sig det är fråga om en amfori BSCI-revision, en egen revision eller en revision enligt brand- och byggnads-säkerhetsavtalet i Bangladesh utarbetas en revisionsrapport och en korrigerande handlingsplan för att korrigera de upptäckta bristerna.

I åtgärdsplanen får varje uppgift ett tidsschema, och utvecklingen följs upp. Amfori BSCI-revisioner utförs av internationellt ackrediterade oberoende revisionsföretag. 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.

ANTAL REVISIONER

	2020	2019	2018	2017
amfori BSCI	57	115	257	88
intern		62	66	119
SA8000-certificat	2	8	3	13
Accord-inspektioner	88	88	145	221



AMFORI BSCI-REVISIONER

Score	2020	2019	2018	2017
A = Utmärkt	9 %	8	8%	5%
B = God	9 %	15	9%	11%
C = Acceptabel	80 %	67	70%	60%
D = Otillräcklig	2 %	10	13%	24%
E = Oacceptabel		0	0	0
Resultat	57	115	252	88

* Covid-19-pandemin påverkade antalet revisioner år 2020.

FÖRBÄTTRING AV BRAND- OCH BYGGNADSSÄKERHETEN I BANGLADESH

År 2013, förband sig Stockmann till ett avtal om att förbättra brand- och byggnadssäkerheten (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, el och konstruktionsfrågor.

Den första kontraktperioden löpte ut våren 2018, men Stockmann har åtagit sig Accords övergångsavtal som syftar till att slutföra reparationer av fabrikerna enligt det ursprungliga kontraktet och överföra ansvaret till lokaladministrationen så fort som möjligt.

År 2020 genomfördes 88 Accord-revisioner. Sammanlagt 96 % av de reparationer som avtalen förutsätter hade gjorts inom Accord.

ACCORD-RÄTTELSEARNAS PRESTATIONSPROCENTER

	2020	2019	2018	2017
Stockmannkoncernen	96 %	96 %	93 %	89 %
I genomsnitt	92 %	91 %	89 %	82 %

TILLVERKNINGSLÄNDER OCH FABRIKSLISTOR

Vårt mål är att kommunicera öppet om ämnen som är intressanta för våra intressenter och därför publicerar vi på våra webbplatser listor över våra leverantörer och de fabriker som levererar våra egna märkens mode- och hushållsvaror.

STOCKMANN

- Stockmanns egna modevarumärken köptes från cirka 87 (90) leverantörer och tillverkades i cirka 133 (131) fabriker. Ungefär 64 % (58) av fabrikerna var så kallade direktleverantörer och 36 % (42) förvärvades via våra inköpskontor.
- Stockmanns egna hemområdets märkesvaror köptes från 56 leverantörer och de tillverkades i 64 fabriker. Majoriteten, 95 % (53), av fabrikerna var så kallade direktleverantörer.

LINDEX

- Lindex hade cirka 119 (119) leverantörer som anförlitade 174 (174) fabriker.
- Lindex har 30 (30) leverantörer som står för 80 % (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.
- Lindex publicerar en leverantörs- och fabrikslista över det andra ledets fabriker som står för tryck, broderi och tvätt av kläder.

STÄRKA KVINNOR I LEVERANSKEDJAN

Att stärka kvinnor är ett av fokusområdena i Lindex hållbarhetslöfte. Bolaget arbetar tillsammans med sina affärspartner för att uppnå jämställdhet och stärka kvinnliga textilarbetares ställning.



DE VIKTIGASTE TILLVERKNINGSLÄNDERNA

STOCKMANNS EGNA MODEMÄRKEN	
Kina	58 %
Bangladesh	15 %
Indien	9 %
EU-länderna (lägst risk)	7 %
Turkiet	4

De fem huvudsakliga regionernas andel: 93 %

STOCKMANNS EGNA HUSHÅLLSPRODUKTER

EU-länderna (lägsta risk)	51 %
Kina	15,4 %
Indien	7,9 %
Pakistan	7 %
Turkiet	4

De fem huvudsakliga regionernas andel: 91,8 %

* Beräknat enligt euro per inköp.

LINDEX PRODUKTIONSLÄNDER

Lindex tio viktigaste tillverkningsländer är i storleksordning: Bangladesh, Kina, Myanmar, Turkiet, Indien, Italien, Sri Lanka, Kambodja, Sverige och Pakistan. De tio viktigaste ländernas andel är 96 % av alla produkter (beräknat enligt euro per inköp).

BEDÖMNING AV LEVERANTÖRERNAS MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER OCH ARBETSVILLKOR



En betydande andel, ca 93 %, av Stockmannvarumärkenas modeprodukter, 95 % i Lindex, tillverkas i områden som amfori

BSCI klassificerar som riskländer. Vi är medvetna om att det finns en risk för överträdelser av uppförandekoderna och vi arbetar aktivt för att säkerställa att koderna efterföljs.

Dessutom granskar vi möjligheten att bättre integrera mänskliga rättigheter och barns rättigheter i våra bedömningar. Stockmann-koncernen har fastställt principer för mänskliga rättigheter, och principerna är godkända av bolagets styrelse. Vid brott mot de mänskliga rättigheterna arbetar vi med leverantören för att rätta till offrets situation. Inga fler produkter kommer att beställas från leverantören innan situationen har rättats till och offret har fått en ersättning.

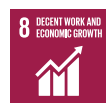
TEKSTILINDUSTRINS UTMANINGAR OCH RISKER

Utmaningar för hela textilindustrin är bland annat 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 och de är: ledningssystem, dokumentation, löner

och ersättning samt arbetstid. Ytterligare information om de identifierade riskerna och ledningssystemen finns på Stockmannkoncernens webbplats.

BEDÖMNING AV LEVERANTÖRERS MILJÖKONSEKVENSER



Textilproduktion förbrukar mycket vatten. I vår leveranskedja förbrukas mest vatten inom bevattningen av bomullsfält och våtbearbetning 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 samt fortlöpande förbättring.

På produktnivå minskas vattenbelastningen genom valet av mer hållbara material, som Better Cotton och ekologisk bomull. Materialen produceras med mer hållbara odlingsmetoder, där även användning av mindre vatten är en faktor. Syftet är framför allt att ersätta en del av bomullen med återvunnen bomull, vilket kan minska vattenförbrukningen med tusentals liter. Vattenbelastningen minskas också med att man använder sig av mer hållbara processer för tvätt, tryckning, färgning och slutfärdigbearbetning.

LINDEX

Förutom att arbeta på produktnivå arbetar Lindex också med vattenhantering på fabriksnivå. Vi värderar våra leverantörer på basis av deras vattenförbrukning och avloppsvatten.

Att vara ett hållbart företag när det gäller vattenförbrukning är ett av huvudmålen i Lindex hållbarhetslöfte. Lindex vill vara ett vatten-effektivt bolag genom hela sin värdekedja, minska risken för vattenbrist i områden som är anslutna till dess verksamhet och tillsammans med sina affärspartner förbättra tillgången till vatten och sanitet i fabriker och närliggande samhällen.

Fram till år 2025 ska Lindex alla vatten-intensiva affärspartner mäta vattenförbrukningen, fastställa mål för förbrukning av



rent vatten och avloppsvatten samt återvinning av vatten

Lindex har förbundit sig att innan år 2025 förbjuda alla farliga och giftiga ämnen i Lindex leveranskedja samt främja transparens och en hållbar vattenförbrukning.

Vatten behövs i alla stadier under kläders livslängd, från bomullsåkern till tvättmaskinen i hemmet. Lindex mål är att använda vatten på ett hållbart sätt i produktionsprocesserna.

Lindex vill säkerställa att det i odlings- och produktionsområdena finns tillräckligt med vatten för andra behov, såsom dricksvatten, fiskevatten och bevattningsvatten. Dessutom säkerställer Lindex att det vatten som används i produktionen är rent när det släpps ut i miljön igen. Detta innebär att alla kemikalier, maskiner och processer som används i tillverkningen ska övervägas omsorgsfullt. Lindex har vidtagit särskilda åtgärder i hela leveranskedjan för att se till att rent vatten används sparsamt samt att miljön och människors hälsa skyddas. Lindex säkerställer tillsammans med sina affärspartner att anställda har tillgång till rent vatten och sanitet på fabriken och i närliggande samhällen.

Under det gångna året utförde Lindex en global bedömning av vattenrelaterade risker på basis av läget för fabriker på nivå 1 och 2. Lindex har också uppdaterat leverantörernas verktyg för bedömning av hur vattenrelaterade risker minskas. För att öka miljömedvetenheten har Lindex skapat utbildningsmaterial om vattenförbrukning för alla medarbetare. Materialet införs 2021.



HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ

Vi minskar miljöpåverkan från vår affärsverksamhet och agerar i enlighet med hållbar utveckling. I vår dagliga verksamhet vidtar vi åtgärder för att minska vår klimatpåverkan, och vi tillämpar ett cirkulärt tillvägagångssätt. Vi strävar efter att minimera miljöavtrycket av våra förpackningsmaterial och införa mer materialeffektiva alternativ.



Stockmann följer gällande miljölagstiftning och vi kräver samma sak av våra partners. Vårt miljöarbete baserar sig på CSR-strategin. Miljöansvarsledningen är en del av vår dagliga verksamhet och arbetet koordineras av kommunikations- och CSR-avdelningen. Vi ställer specifika miljömål, definierar indikatorer för uppföljningen av hur målen uppnås och inför lämpliga ledningsmetoder.

MILJÖLEDNING



Sedan år 2003 har ett ISO 14001-certifierat miljöledningssystem varit i bruk på Stockmanns varuhus och stödfunktioner i

Finland. Handlingsmetoderna och riktlinjerna för Stockmanns miljöledningssystem tillämpas även på Stockmanns varuhus i Baltikum.

Stockmann beaktar miljöaspekter vid planeringen och ledningen av verksamheten samt vid anskaffningen av produkter och tjänster för eget bruk. Stockmann förutsätter att serviceleverantörerna åtar sig till att följa bolagets uppförandekod och verksamhetsprinciper, och miljöfrågor och mål diskuteras regelbundet under samarbetet. Våra serviceleverantörer har en betydande roll i vår strävan efter att uppnå miljömålen.

Lindex har inte ett certifierat miljöledningssystem, men företaget har interna miljöriktlinjer, till exempel för energieffektivitet.

Koncernens inköpskontor verkar nära produktionsanläggningarna, och kontoren har

HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi är engagerade i att minska miljöavtrycket av våra förpackningsmaterial	Minskning av mängden plast i förpackningsmaterial	När det gäller förpackningsmaterial minskade vi användningen av plast som förpackningsmaterial i nätbutikens kundleveranser med 37 % genom att ersätta säkerhetspåsarna med sigill och byta ut påsarna som tillverkats av återvunnen plast mot förpackningar av fibermaterial under 2020. År 2020 startade vi dessutom ett pilotprojekt för att ersätta plasttejp med papperstejp. Ett ytterligare mål är att Casa Stockmanns förpackningsmaterial minskar med 50 % innan år 2023.	● Pågående
Vi vidtar åtgärder för att minska vår miljöinverkan	Energieffektivitetsmål: 4 % i Finland (2016–2020), 7,5 % i Finland och Baltikum (2018–2025)	Vi fortsatte att implementera energieffektivitetsåtgärder i vår verksamhet. Vi uppnådde energieffektivitetsmålen och förbättrade energieffektiviteten i Finland med över 25 % från 2016 till 2020. I Finland och Baltikum förbättrades energieffektiviteten med 20 % från 2018 till 2020, vilket till stor del berodde på varuhusens kortare öppettider under 2020. År 2020 minskade koncernens jämförbara GHG-utsläpp med 15 % (12) och uppgick till 33 600 tCO ₂ e (39 700). Stockmann förband sig att använda förnybar el i distributionscentret från början av år 2020, och nästan 60 % av den el som Lindex använde var förnybar.	● Målet uppfyllt
Vi tillämpar en cirkulär ekonomisk approach i våra verksamheter	Mål för återvinningsgrad: 75 % i Finland och 50 % i Baltikum	Vi uppnådde målet för återvinningsgraden i Finland och återvinningsgraden var 77 % (76). I Baltikum var återvinningsgraden under målsättningen: 40 % (31). Den totala mängden avfall minskade med ca 29 % i Finland och 25 % i Baltikum från året innan.	● Pågående



gjort ansträngningar för att utvärdera och minimera den skadliga miljöpåverkan som leverantörernas fabriker kan orsaka.



ÖKNING AV DEN INTERNA MILJÖMEDVETENHETEN

Varje medarbetares insats behövs för att vi ska nå våra miljömål. Personalens miljömedvetenhet underhålls och ökas genom utbildning och regelbunden intern kommunikation. Miljöfrågor presenteras redan under introduktionsutbildningen som varje ny medarbetare deltar i. Dessutom erbjuder vi skilda e-skolningar till vår personal angående relevanta hållbarhetsämnen.

ENERGI



Koncernens energiförbrukning består främst av el, fjärrvärme och nedkylning. Energi förbrukas för belysning, ventilation,

uppvärmning och nedkylning av butiks-, lager- och kontorslokaler och av elapparater som används i dessa, såsom hissar och rulltrappor.

Energieffektivitet är en viktig del av vårt miljöarbete, eftersom energiförbrukningen i Stockmanns egen verksamhet har identifierats som den mest betydande källan för koldioxidutsläpp. Som en del av vårt miljöarbete strävar vi efter att implementera

Stockmanns verksamhet i Finland är ISO 14001-certifierad.

energieffektiva åtgärder för att minska vår klimatpåverkan och förbättra kostnadseffektiviteten i vår verksamhet.

Stockmanns Facility Management ansvarar för energiledningen i varuhusen, distributionscentret och stödfunktionerna. Energiförbrukningen övervakas dagligen och åtgärder vidtas för att förbättra effektiviteten och reagera på avvikelser. År 2020 genomförde Stockmann energirevisioner i sina lokaler och resultaten används i arbetet för att minska klimatpåverkan. Under rapporteringsåret fortsatte Stockmann att genomföra sitt

energieffektivitetsprogram genom att optimera driftstimmarna i fastighetssystemen samt via ventilations- och belysningskontroll i alla sina lokaler.

Stockmanns distributionscenter i Finland betjänar stockmann.com-nätbutikens och Stockmanns varuhus i alla verksamhetsländer. Övergången till ett distributionscenter gjort det möjligt för Stockmann att optimera sin lagerverksamhet, minska mängden av intern distribution av varor och förbättra lagerverksamhetens energieffektivitet. Stockmanns distributionscenter har erhållit guld-nivåns LEED-miljöcertifikat. Belysningen är LED-baserad, och jordvärmesystemet producerar nästan all värme- och nedkylningsenergi som behövs i byggnaden.

Stockmann började använda förnybar el på distributionscentret i början av 2020.

Under rapporteringsåret uppgraderade Stockmann Tallinn varuhusets belysning till

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2020–2018

	2020	2019	2018
DIREKT FÖRBRUKNING			
Uppvärmningsbränsle (MWh)	463	458	474
Naturgas (MWh)	317	319	302
INDIREKT FÖRBRUKNING			
El (MWh)	69 221	81 409	87 148
Uppvärmning och nedkylning (MWh)	67 101	71 462	76 072
Vatten (m³)	77 450	95 875	10 775

Rapporteringen omfattar inte franchising. Förbrukningen av uppvärmningsbränsle baseras sig på uppskattning. Förbrukningen av elenergi omfattar alla koncernfunktioner. Förbrukningen av uppvärmnings- och nedkylningsenergi omfattar alla koncernfunktioner utom inköpskontoren. Stockmanns uppvärmnings- och nedkylningsdata baseras sig på fakturering och data från tjänsteleverantörerna. Lindex förbrukning av uppvärmningsenergi baseras sig på estimat och slutsatser, men dessa data anses vara måttligt tillförlitliga. Rapporteringen av vattenförbrukningen omfattar Stockmanns alla funktioner (utom varuhuset i Itis i Finland) och Lindex distributionscentral i Sverige.



LED-baserad belysning och ersatte renoverade Tallinn Delikatessens kylutrustning med mer energieffektiva alternativ. Dessutom fortsatte förnyelsen av belysningen på Helsingfors-varuhuset från konventionell belysning till LED-lampor.

Lindexbutikerna har även fokuserat på att minimera energiförbrukningen och alla butiker följer rutinemässigt en effektiv checklista för energiförbrukning. En utredning av elförbrukningen i Lindex butiker utfördes utifrån ett representativt urval. Enligt den orsakas ca 90 % av energiförbrukningen av belysning, nedkylning och luftkonditionering samt rulltrappor. Enligt resultaten kommer åtgärderna kring energieffektiviteten att rikta sig till dessa områden. I enlighet med sitt hållbarhetslöfte respekterar Lindex planeten och prioriterar därför energi från förnybara källor. Lindex miljömål inkluderar mål att vara klimatneutralt i egen verksamhet år 2023 och att minska 50 % av koldioxidutsläppen i den totala värdekedjan fram till år 2030 jämfört med nivån år 2017.

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. Beräkningen av Stockmanns koldioxidavtryck 2020 omfattar Stockmanns och Lindex affärsenheter i alla verksam-

hetsländer, med undantag för franchise-verksamhet. Stockmanns utsläppsberäkning inkluderar även hyresgästerna på varuhusen. I slutet av år 2020 använde Stockmann 74 % (73) av den totala uthyrbningsbara ytan och resten användes av hyresgäster.

Stockmann has reported its GHG emissions at the Group level for ten years. The Group's emissions are presented in the 'GHG emissions' table. The GHG figures for 2018–2020 are also presented in the table to enable short-term comparison. Comments and possible changes in the scope of the calculations are explained in the table. The calculation of emissions was carried out in accordance with the international Greenhouse Gas (GHG) Protocol reporting principles.

MINSKNING AV UTSLÄPP RELATERADE TILL TRANSPORTER

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 transportleverantörer. I vår logistik värdesätter vi långvariga relationer med våra leverantörer och vi strävar efter nära samarbete för att förbättra transporternas effektivitet. Transporterna optimeras ständigt med hjälp av ruttplanering och genom att utnyttja returtransporter. Vi genomför en systematisk uppföljning och upprätthåller en aktiv dialog med våra partner.

Lindex använder flygfrakt sporadiskt. I situationer där hastighet är det viktigaste kriteriet används tåg för transporter. Eftersom

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2020–2018

	tCO ₂ e 2020	tCO ₂ e 2019	tCO ₂ e 2018	Förändring 2020–2019, %	Kommentarer
DIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 1)	600	800	1 580	–22 %	
Stationär förbränning	180	180	180	0 %	
Kylmedel	450	620	1 400	–28 %	Minskningen beror på kylmedlens normala årliga variationer it.
INDIREKTA UTSLÄPP FRÅN KÖPT ENERGI (SCOPE 2)	24 200 (20 800)	29 000 (24 800)	33 100 (26 750)	–17 %	Marknadsbaserad (platsbaserad inom parentes)
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	15 600	19 700	23 100	–21 %	Pandemin har påverkat affärsverksamhetens volym, vilket lett till minskad energikonsumtion.
Köpt energi (platsbaserad)	12 200	15 500	16 750	–21 %	Pandemin har påverkat affärsverksamhetens volym, vilket lett till minskad energikonsumtion.
Uppvärmning och nedkylning	8 600	9 300	10 000	–8 %	Lindex data uppskattad enligt områdestemer.
ÖVRIGA INDIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 3)	8 800	9 900	10 450	–12 %	
Intern logistik	2 100	2 100	1 700	0 %	Förbättrad datainsamling, siffrorna är inte fullt jämförbara.
Extern logistik	4 600	5 100	5 900	–11 %	Minskning i kilometer.
Nätbutikkens försändelser till kunderna	300	200	200	50 %	Siffrorna täcker endast Stockmanns nätbutiksfunktioner. Försändelsernas antal har ökat.
Affärsresor	400	900	850	–57 %	Resorna har minskat pga. reserestriktioner.
Avfall	1 400	1 600	1 800	–10 %	Mängden avfall har minskat och sorteringen förbättrats.
TOTALT	33 600	39 700	45 130	–15 %	
UTEBLIVNA UTSLÄPP	262	265	244		

sjöfrakt har ett betydligt mindre koldioxidavtryck än flygfrakt, prioriteras sjöfrakt.

Lindex har minskat miljökonsekvenserna i hela den logistiska kedjan:



1. Genom smart distribution av produkter undviks onödiga transporter mellan butikerna.
2. Transporter kombineras med andra lokala företag.
3. Transportfordonen och containerna är fullastade.
4. Man iakttar den svenska trafikförvaltningens krav avseende bland annat trafiksäkerhet, utsläpp och hastighet.
5. Ca 70 % av de nätbutiksinköp som kunder returneras levereras till Lindex butiker och inte tillbaka till lager.

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. Stockmann har i bruk praxis gällande distansarbete. Distansarbete skapar möjligheten för medarbetarna att minska utsläpp som är relaterade till att ta sig till och från arbetsplatsen och som stöder balansen mellan arbete och familjeliv.

CDP-RAPPORTERING

Stockmannkoncernen rapporterar sina växthusgasutsläpp i internationella Carbon Disclosure Project (CDP). År 2020 fortsatte Stockmanns resultat att vara på en bra nivå, med resultatet B. Resultatet är högre än det

allmänna och europeiska regionala genomsnittet. Resultatet avslöjar att Stockmann har vidtagit samordnade åtgärder i klimatfrågor.

CIRKULÄR EKONOMI



Stockmann strävar efter att tillämpa ett cirkulärt tillvägagångssätt i sin verksamhet. Vi följer med och undersöker nya lösningar för att

förlänga livslängden på produkter och material. År 2020 startades ett projekt i syfte att öka näthandelns kundinformation om hur olika material ska underhållas för att förlänga livslängden.

FÖRPACKNINGSMATERIAL OCH INKÖPSKASSAR

Stockmann har som mål att införa högkvalitativa förpackningar och minimera miljöbelastningen av dess förpackningsmaterial, främja cirkulär ekonomi och erbjuda kunder materialeffektiva lösningar. Stockmann-koncernen rapporterar användningen av förpackningsmaterial i enlighet med EU:s förpackningsdirektiv.

Stockmann har förbundit sig till det samhälleliga åtagandet för hållbar utveckling i syfte att minska antalet plastkassar. I enlighet med detta har vi bland annat slutat dela ut avgiftsfria plastkassar vid kassor och ökat kommunikationen i varuhuset om alternativa mer hållbara alternativ.

STOCKMANN

- Under år 2020 har cirka 21 % (28) av våra kunder valt att köpa en kasse och av dessa var 61 % (63) plastkassar, 38 % (35) papperskassar och 1 % (2) hållbara kassar.
- Stockmanns plastkassar består till 80 % av återvunnen plast (Delikatessens plastkassar i Baltikum består till 60 % av återvunnen plast). Papperskassarna och wellpappförpackningarna är tillverkade av FSC-certifierat material. År 2020 införde Stockmann Paptic Tringa-fiberförpackningar som tillverkats av FSC-certifierad gräncellulosa och som kan återvinnas både på varuhuset och i nätbutiken.
- Vi erbjuder våra kunder alternativ som kan återanvändas.
- Förpackningsmaterialen, såsom pappkartonger, bubbelplast och förpackningspapper, som används i

nätbutiken stockmann.com är delvis tillverkade av återvunnen material.

- År 2020 fattade vi beslut om att sluta använda plast i nätbutikslieferanserna. I början av år 2021 skapade vi ett leveranskoncept och slutar använda plast i nätbutikslieferanserna under Q2/2021.
- Under rapporteringsåret fortsatte vi att ersätta nätbutikens sigillpåsar i plast med sigillklistermärken.

LINDEX

- Lindex plastkassar består till 80 % av återvunnen plast från konsumenter och till 20 % av industriellt återvunnen plast.
- Förpackningsmaterialet i Lindex webbutik är till 100 % tillverkat av återvunnen material. Dessutom har Lindex minskat användningen av plast i sin leveranskedja, till exempel genom att minska mängden plast i





Återvinningsgraden på varuhusen i Finland var 77%

försändelserna från produktionslandet till distributionscentret.

- I enlighet med initiativet One Bag Habit är alla kassar i Lindex butiker avgiftsbelagda. Endast cirka 26 % (28) av kunderna köpte en plastkasse under rapporteringsåret. One Bag Habit är ett gemensamt initiativ, lanserat av Lindex och två andra svenska modehus som syftar till att minska konsumtionen av kassar och öka medvetenheten om kassars

negativa miljöpåverkan. Överskottet som genereras av försäljningen av kassar doneras till initiativ som främjar en hållbar utveckling.

ÅTERANVÄNDNING VIA DONATIONER

Stockmanns varuhus och servicefunktioner samverkar för att främja återvinning genom att skänka produkter som inte längre säljs, varuprover och överblivna material till avtalade lokala partner, välgörenhetsorganisationer och olika återvinningsverkstäder. Till exempel donerar vi regelbundet plagg- och produktprobitar till HOPE rf., som delar dem vidare till mindre bemedlade familjer i Finland. År 2020 donerade vi också kläder och hushållsprodukter till andra välgörenhetsorganisationer, bland annat Pääkaupunkiseudun turvakoti ry, församlingar och Apuna ry.

SPILLVATTEN OCH AVFALL



Det avfall som uppkommer vid divisionernas verksamhet är främst förpackningsavfall, som papp och plast. Biologiskt nedbrytbart avfall produceras dessutom av Delikatessen i Baltikum och hyresgästerna som består av livsmedelsförsäljning, restauranger och kaféer.

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 regelbundet.

Vårt mål är att minska mängden avfall och att materialåtervinna så mycket som möjligt av det kvarvarande avfallet. Den totala mängden avfall som uppstod i koncernens verksamhet i Finland minskade med ca 29 % (3) under år 2020. Materialåtervinningsgraden på varuhusen i Finland steg till 77 % (76). Stockmann har ett nära samarbete med serviceleverantören av avfallshantering.

Under de senaste åren har våra intressenter kontaktat oss angående vårt tillvägagångssätt för plagg som inte har blivit sålda. Stockmann säljer alla sina produkter med hjälp av nedsatta priser eller alternativt säljs produkterna i personalbutikerna till personalen. Inga produkter blir kvar.

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. Största delen av koncernens vattenförbrukning sker i varuhusens restauranger, kök och hygienutrymmen. Vattenförbrukningen minimeras genom att utbilda personal och hyresgäster, föregripa och reparera även mindre läckage och skaffa effektivare vattenarmaturer för att ersätta de gamla.

AVFALL 2020–2018, TON

	Stockmann Finland			Stockmann Baltikum			Lindex Sverige			Totalt		
	2020	2019	2018	2020	2019	2018	2020	2019	2018	2020	2019	2018
OFARLIGT AVFALL	1 981	2 787	2 864	607	873	822	1 164	1 217	1 325	3 752	4 877	5 011
Återanvändning / Återvinning	1 522	2 128	2 067	245	274	327	1 103	1 180	1 281	2 870	3 582	3 675
Nyttobruk / Förbränning	460	659	797	362	600	496	61	37	44	883	1 296	1 337
Uttjänta produkter	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0
FARLIGT AVFALL	3	2	4	2	8	20	0	0	2	5	10	26
Återanvändning / Återvinning	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1
Nyttobruk / Förbränning	0	0	0		0	0		0	0	0	0	0
Uttjänta produkter	2	1	2	2	8	20	0	0	2	4	9	24
TOTALT, ton	1 984	2 789	2 868	608	881	842	1 164	1 217	1 327	3 756	4 887	5 037
ÅTERVINNINGSGRAD, %	77	76	72	40	31	40	95	97	97	76	73	73

Siffrorna för Stockmann omfattar alla verksamheter i Finland (exklusive varuhuset i Hagalund) och Baltikum. Lindex siffror innehåller information från distributionscentret. Siffrorna är inte helt jämförbara mellan länderna.



ANSVAR- FULL ARBETS- GEMENSKAP

En motiverad och engagerad personal utgör grunden för vår verksamhet. Vi främjar jämställdhet och mångfald och behandlar våra medarbetare rättvist i enlighet med principerna för lika möjligheter. De anställda betalas en skälig ersättning för sitt arbete och deras personliga och professionella utveckling uppmuntras. Vi tar hand om vår personal och förser dem med sunda och säkra arbetsförhållanden och främjar deras välbefinnande.



Koncernens personalpolitik baserar sig på bolagets värderingar och 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



De senaste åren har varit utmanande för Stockmann och våra medarbetare, och covid-19-pandemin som bröt ut våren 2020 medförde ytterligare utmaningar. Inom bägge enheterna vidtogs anpassningsåtgärder och sparprogram. Organisationsreformer behövs för att sanera affärsverksamheten och förbättra lönsamheten. Samtidigt fokuserade vi starkt på att utveckla kompetensen och bolagets kultur.

År 2020 uppdaterade Stockmann sin strategi. Ett av bolagets fem prioriterade områden är Stockmann United, som fokuserar på att stärka den kundorienterade kulturen. Vi befäster den värdebaserade ledningen och medarbetarnas upplevelser. Vi skapar en operativ modell för kompetens och

ANSVARSFULL ARBETSGEMENSKAP

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi säkerställer en hälsosam och trygg arbetsmiljö och stöder personalens välmående	Olycksfallsfrekvensmål: maximalt 20 per en miljon arbetstimmar, #stockmannstaff SCORE-målet fram till 2021 är 53 och Leadership SCORE-målet 74.	I Finland var Stockmanns olycksfallsfrekvens 15 (31) olyckor per en miljon arbetstimmar. Vi utredde personalens nöjdhet fyra gånger under år 2020 med hjälp av barometern #Stockmannstaff och införde den också i Estland och Lettland. År 2020 var #Stockmannstaff SCORE 51 (41) och Leadership SCORE 72 (60).	● Målet uppfyllt
Vi värdesätter jämlikhet och mångfald	Andel kvinnor och män på olika nivåer inom organisationen. Löneskillnaden mellan kvinnor och män. Erfarenheter av arbetet enligt bakgrundsvariabler.	I enlighet med Stockmanns värderingar är jämställdhet och likabehandling viktiga prioriteringar, som främjas bland alla medarbetargrupper tillsammans med personalens representanter utifrån likabehandlings- och jämställdhetsplanen. Stockmann är ett kvinnodominerat bolag. 90 % av Stockmanndivisionens anställda, 92 % av handledarna och 40 % av ledningsgruppen är kvinnor. I en utredning av finländska börsbolag placerade sig Stockmann bland de fem bästa medelstora bolagen när det gäller styrelsens och ledningsgruppernas mångfald. Genomsnittliga löner har samlats inom alla arbetsområden utom för de högre tjänstemännen. År 2021 kommer vi att klassificera högre tjänstemänpositioner och se över lönerna enligt komplexitetsklasser. Stockmann erbjuder jobb för alla åldrar. Till exempel inom vår största grupp anställda är åldersfördelningen mycket jämn: under 25 år 15 %, 25-34 år 19 %, 35-44 år 19 %, 45-54 år 24 %, över 55 år 23 %. I framtiden kommer vi också att övervaka medarbetarnas erfarenheter enligt bakgrundsvariabel för att säkerställa en konsekvent upplevelse för alla.	● Målet uppnåddes delvis
Vi stöder personalens yrkesmässiga utveckling	#Stockmannstaff-personalrespons: målet är 50 innan utgåen av år 2020 Verkställd PDD-frekvens, målet 100 % år 2021	Vi uppnådde målet för #Stockmannstaff SCORE på 51 (41) i slutet av år 2020. Vi fäste särskild uppmärksamhet vid hur de närmaste cheferna lyckats, vi fastställde fyra ledningsprinciper för Stockmann och coachade Stockmannenhetens alla närmaste chefer i att genomföra vår uppdaterade kundfokuserade strategi. Responsen på ledningen utvecklades utmärkt under 2020 och var 72 (60) i slutet av året. Sammanlagt 59 % deltog i utvecklingssamtal. Enligt barometern #Stockmannstaff hade 59 % av teammedlemmarna diskuterat arbetsmålen med sina närmaste chefer under de föregående 6 månaderna, 55 % hade diskuterat sin personliga utveckling. Sammanlagt 35 % (25) ansåg att Stockmann erbjuder bra utvecklingsmöjligheter, och 41 % (33) ansåg att de fått tillräckligt med utbildning.	● Målet uppnåddes delvis



arbetsrutiner som främjar genomförandet av vår kundorienterade strategi och effektiviteten. Vi utvecklar systematiskt medarbetarnas upplevelser och stärker deras engagemang. Vi siktar alla på samma mål som ett Stockmann United-team.

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 Stockmannkoncernen.

STOCKMANN

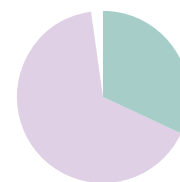
- Användningen av visstidsanställda hos Stockmann har minskat samtidigt som man har gått över till att ta in varuhusens säsongsanställda till Galna Dagar och för säsonger via ett rekryteringsföretag.
- Stockmannvaruhusen erbjuder många unga en möjlighet att bekanta sig med verksamheten inom handeln till exempel genom läroanstalters praktikperioder. År 2020 kunde vi inte erbjuda sommarjobb på grund av permitteringar till följd av covid-19-pandemin. Även antalet praktikanter minskade avsevärt. År 2020 hade vi 16 praktikanter (340).
- En stor andel av personalen på varuhusen är anställda av Stockmanns hyresgäster, till exempel på restauranger och på partners avdelningar.

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 enligt lagstiftningen, såsom sjukförsäkringar och måltidsförmåner. Förmånerna utvärderas och uppdateras regelbundet. Alla anställda har möjlighet att köpa produkter till personalpris i de butiker som ingår i koncernen.

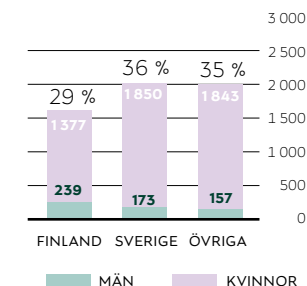
Dessutom erbjuder Stockmann kvartalsvis sina anställda i Finland möjlighet att köpa en uppsättning arbetskläder med en ett ytterligare nedsatt pris. Därutöver organiseras separata personalförsäljningar, där personalen får köpa produkter till ett budgetpris. Stockmann har ett incitamentsprogram som täcker alla anställda. Syftet med programmet är att belöna, uppmuntra och motivera anställda att lyckas i arbetet. I enlighet med den uppdaterade strategin ligger fokus på en lönsam affärsverksamhet och kundnöjdhet. Anställda som har gjort en lång arbetskarriär inom bolaget belönas med förtjänsttecken. I alla enheter uppvaktas anställda på sin 50-årsdag. Stockmannkoncernen stöder sina fastanställdas rekreations- och fritidsverksamhet till exempel genom att ge stöd för motion och olika personalklubbar. På Stockmann belönas de anställda med en extra semester för 30 års anställning i bolaget.

PERSONAL PER ENHET

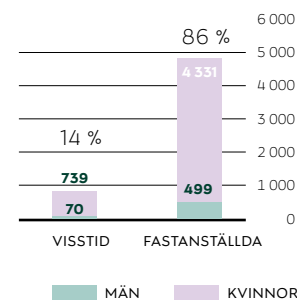


STOCKMANN	1 780	32 %
LINDEX	3 741	66 %
INKÖPSKONTOR	118	2 %

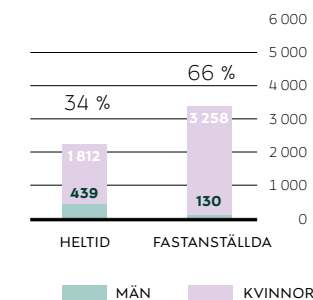
PERSONAL PER LAND



VISSTID / FASTANSTÄLLD



HELTID / DELTID



RELATIONER MELLAN PERSONAL OCH LEDNING



Stockmannkoncernen följer upp efterlevnaden av god personal-policy med personalenkäter, utvecklingssamtal samt genom övriga kanaler för respons. Personalen deltar i dialogen på många sätt. En kultur av öppenhet främjas och vi strävar efter att så snabbt som möjligt informera om frågor som rör vår personal genom att gå igenom strategin och Stockmanns ekonomiska resultat och synpunkter samt genom att sätta upp mål för vår prestation inom dessa områden.

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

Målet är att varje medarbetare deltar i resultat- och utvecklingssamtal (PDD) minst en gång om året. Dessutom ordnas grupp-utvecklingssamtal inom försäljning för att öka engagemanget.

Stockmanns vd går regelbundet igenom strategin och det ekonomiska läget på kvartalsvisa personalmöten och andra informationstillfällen i fråga om aktuella frågor om strategin, prioriteringarna och personalen tillsammans med den övriga ledningen och experterna. Strategin som uppdaterades 2020 har nu gått igenom med alla enheter, och dess framskridande följs regelbundet upp inom teamen.



I Finland har affärsenheterna sina egna personalnämnder som sammanträder fyra gånger om året. En liknande modell följs även i Baltikum. Personalfrågor beträffande Finland behandlas i koncernnämnden som sammanträder två gånger om året.

- År 2020 inledde vi Leadership Day-evenemang för de närmaste cheferna inom Stockmannenheten. De ordnas två gånger om året. Syftet med evenemanget är att effektivt implementera strategin och stärka

den gemensamma lednings- och verksamhetskulturen över landsgränserna.

- År 2020 fastställde vi fyra ledningsprinciper för Stockmann i syfte att förtydliga förväntningarna på ledningen. Varje närliggande chef har utarbetat en utvecklingsplan utifrån de gemensamma principerna.
- Samarbetet och transparensen mellan avdelningarna har dessutom ökat till följd av införandet av Teams inom Stockmannenheten.

ORGANISATIONSFRIHET OCH KOLLEKTIVAVTAL

Stockmannkoncernen respekterar de anställdas grundläggande rättigheter, såsom organisationsfrihet och kollektiv förhandlingsrätt. I Finland omfattas cirka 83 % (81) av Stockmannkoncernens personal av kollektivavtal. Samtliga anställda på Lindex i Sverige, Norge och Finland, med undantag för de högre tjänstemännen, omfattas av kollektivavtal.

Koncernen följer inte upp organisationsgraden, men för statistik över antalet arbetstagar i Finland vars fackföreningsavgift uppbärs från lönen. År 2020 uppbär arbetsgivaren fackföreningsavgift direkt från lönen för 36 % (30) 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 arbetssäkerheten behandlas även regelbundet i arbetarskyddskommissioner som verkar i enlighet med kraven i den lokala lagstiftningen och som representerar alla personalgrupper. Arbetsnöjdheten mäts med personalenkäter.



STOCKMANN

- År 2020 genomfördes fyra #Stockmannstaff-barometrar. Enligt enkäterna är Stockmanns starka sidor intressanta arbetsuppgifter, förtroende inom den egna arbetsgruppen och vilja att skapa överlägsna kundupplevelser. Områden som bör utvecklas är bland annat engagemang, arbetsbelastning, välbefinnande och utvecklingsmöjligheter. På grund av osäkerheten 2020 satsade vi särskilt på framtidsmålen och prioriteringarna samt på en transparent kommunikation.
- För att utveckla kompetensen identifierade vi tillsammans med personalen nyckelkompetensområden i kundtjänsten utifrån vilka vi utvecklar inlärningsmöjligheterna 2021.
- Vi coachade alla närmaste chefer i genomförandet av den kundorienterade strategin och implementeringen av den i alla länder.
- Stockmann erbjuder möjligheter till distansarbete. Syftet med praxisen att stöda balansen mellan yrkes- och familjelivet samt



- att främja jämlikhet. Under pandemin rekommenderade Stockmann distansarbete för dem vars arbetsuppgifter möjliggör det för att främja hälsosäkerheten.
- Stockmann erbjuder sin personal i Finland möjlighet att ta säsongsinfluensavaccin. Denna möjlighet var mycket uppskattad av personalen.
- 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. Den närmaste chefens stöd, en säker arbetsmiljö och möjligheten till näringsrik mat under arbetsdagen anses också ingå i främjandet av arbetsförmågan.

LINDEX

- Lindex genomför regelbundet en global medarbetarundersökning för att få en översikt över hur företagets anställda upplever sin arbetsplats och företagskulturen. År 2020 genomförde Lindex inte enkäten.
- Lindex följer upp hur de anställda utvecklas i arbetet och säkerställer stöd vid ett tidigt skede för att bibehålla arbetsförmågan och hälsan. Olika stödformer för återvändande till arbetslivet används aktivt. Bolaget har en verksamhetsplan för att ingripa i rusmedelsmissbruk på företagets intranät. Lindex har ett nära samarbete med företagshälsovården, De anställda kan bland annat få rekommendationer relaterade till arbetsrelaterade sjukdomar och andra risker.

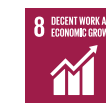
ARBETSOLYCKSFALL OCH SJUKFRÅNVARO

Arbetsolycksfall och sjukfrånvaro rapporteras i tabellen Personalstatistik. De flesta av olyckorna i Finland och Sverige berodde på halkningar samt olyckor i samband med lyft eller fallande av saker.

År 2020 omfattade företagshälsovården alla anställda i Finland som varit anställda i minst fyra månader, det vill säga totalt 1 570 (1 784) personer. Företagshälsovården för koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av både en egen företagshälsovårdsstation och utlokaliserade tjänster. Stockmanns egen företagshälsovårdsstation i Helsingfors betjänar huvudsakligen alla anställda i huvudstadsregionen. På andra håll i Finland och

på Lindex i Finland har företagshälsovården utlokaliserats.

UTBILDNING



Systematisk, kontinuerlig utbildning är en del av vår personalpolicy och består främst av olika omfattande webbaserade

utbildningar samt av interna träningar och utbildningstillställningar, där representanter från olika affärsenheter och för personalkategorier deltar. Koncernens mål är att möjliggöra och utveckla personalens personliga färdigheter och erbjuda professionella inlärningsmöjligheter.

STOCKMANN

- Personalens utbildningsbehov utreddes genom en enkät till försäljningspersonalen, de närmaste cheferna och de skiftansvariga. Informationen utnyttjas i vidareutvecklingen av utbildningshelheten.
- I Finland ordnar Stockmann coachningar relaterade till bland annat försäljnings- och servicearbete samt sortimentskompetens. För introduktion av nya anställda samt förbättring av medarbetarnas och kundernas upplevelser anlitas vid behov extern coaching och utbildning för att stärka expertisen. År 2020 deltog nästan alla 100 närtstående chefer i faciliteringsutbildning.
- Plattformen eLearning utvecklades, och nu är distansstudier möjliga oberoende av tid och plats.

- Ett kundmobilspele avsett för utbildning av hela personalen lanserades hösten 2020.
- Stockmann stöder kombination av arbete och studier till exempel genom att erbjuda möjlighet till läroavtalsutbildning.

LINDEX

- På Lindex främjas kontinuerlig yrkesmässig utveckling genom flera olika interna kurser och aktiviteter. Därtill erbjuds extern ledarskapsutbildning.
- På inköpskontoren erbjuds kontinuerlig utbildning för att upprätthålla personalens kunskap i linje med den snabba utvecklingen.

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 den professionella inläringen och att kunnig personal stannar kvar på bolaget en längre tid. Många i koncernledningen har erfarenhet av olika områden inom företaget, till exempel kundservice.

STOCKMANN

- På Stockmann har vi stark tro på att var och en kan lära sig och utvecklas. Den snabba utvecklingen av den operativa miljön och

teknologin tvingar oss delvis också att hela tiden utveckla vår kompetens i det dagliga arbetet. Våra medarbetares kompetens består av kunskap, skicklighet, inställning, erfarenhet och kontakter.

- År 2020 påbörjades fastställandet av nyckelkompetensområden på organisationsnivå utifrån strategin. Arbetet styr framöver innehållet i utbildningarna och utvecklingen av kompetensen. Nyckelkompetensområdena inom försäljning blev klara under året, och nu fastställs nyckelkompetensområdena för de närmaste cheferna.
- År 2020 genomfördes ett utvecklingsprojekt, vars syfte är att förnya innehållet i utvecklings- och resultatsamtalen samt att tillföra samtalen starkare fokus på framgång, dialog, inläring, professionell utveckling och karriärtänkande. De nya rutinerna införs under 2021.

MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET, JÄMLIKA MÖJLIGHETER OCH FÖRBUD MOT DISKRIMINERING



Stockmann vill främja en kultur som utgår från människor och som präglas av respektfullt, rättvist och jämlikt bemötande av alla medarbetare med respekt för mångfald. Stockmann har nolltolerans mot diskriminering och annat osakligt beteende.

STOCKMANN

- Stockmann har en jämställdhetsplan som uppdateras regelbundet och godkänns av bolagets koncernnämnd. 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 aktivt i alla personalkategorier. Ömsidig 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. Arbetsuppgifterna är utformade för att passa båda könen. 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. Vi accepterar inte åldersdiskriminering och olika åldersgrupper är väl representerade i bolaget.
- Medelåldern för Stockmanns anställda i Finland är 45 år.
- Personalplaneringen har utvecklats för att säkerställa ett jämlikt bemötande bland annat 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.
- Vi samarbetar aktivt med de närmaste cheferna för att hantera och förebygga eventuella incidenter som handlar om trakasserier, diskriminering, jämlikhet,





atmosfär och orkandet i arbetet. För närvarande uppdaterar vi modellen för avgörande av meningsskiljaktigheter i samarbete med personalen.

- Stockmann har riktlinjer för arbetskläder som uppmuntrar personalen att klä sig efter sin egen stil och identitet och på detta sätt stärka kulturen för mångfald och inkludering inom organisationen.

LINDEX

- Lindex har en egen jämställdhets- och mångfaldsplan. Planen innefattar bl.a. en policy mot alla former av diskriminering.
- Enligt företagets planer för lika möjligheter och mångfald strävar Lindex efter att se till att alla anställda behandlas med respekt, har lika möjligheter och en positiv arbetsmiljö. Mångfald ses som en konkurrensfördel som främjar ökad kreativitet, innovation och ger bättre resultat. Det är varje Lindex-ledares ansvar att se till att de har ett mångfaldigt team och att mångfald blir en naturlig del av den långsiktiga kompetensplanen.
- För att säkerställa att det inte finns någon diskriminering och att organisationen drar nytta av mångfalden genomför företaget kontinuerligt analyser och uppföljningar av arbetsvillkor, löner och anställningsvillkor, rekrytering och marknadsföring, utbildning och utbildning och föräldraskap och arbete.

MÅNGFALDEN BLAND PERSONALEN OCH INOM FÖRVALTNINGEN

Vid valet av styrelsemedlemmar strävar man efter att ta hänsyn till mångfald genom att de valda personerna ska representera olika yrkeskårer, utbildningsområden, internationella bakgrunder, åldrar och kön. Uppgifter om de anställdas genomsnittliga ålder finns i tabellen "Personalstatistik".

JÄMSTÄLLDA LÖNER FÖR KVINNOR OCH MÄN

Ett av delområdena i jämställdhetsplanen är jämställda och rättvisa löner.

STOCKMANN

- Lika lön för kvinnor och män i följs upp årligen i Finland med hjälp av ett index.
- Löneskillnader beror bland annat på olikheten av befattningar inom samma svårighetsgrad samt kompetensskillnader som indexet inte tar hänsyn till. Delvis förklaras skillnaderna av att fler män arbetar inom chefs- och ICT-befattningar.
- Eventuella löneskillnader granskades vid behov under 2020, och omotiverade löneskillnader rättas till.

LINDEX

- Enligt diskrimineringsförordningen i Sverige utför Lindex årligen lönekartläggning för att upptäcka, åtgärda och förebygga ojusterade löneskillnader mellan kvinnor och män som arbetar med lika eller motsvarande uppgifter.

PERSONAL ENLIGT ÅLDERSGRUPPER 2020

MÄN/KVINNOR	Under 30 år	30–50 år	över 50 år
Hela personalen, %	38 (6/94)	40 (11/89)	22 (9/91)
Koncernens ledningsgrupp, personer		0/2	3/1

PERSONAL ENLIGT KÖN

MÄN/KVINNOR	2020	2019	2018
Hela personalen, %	10/90	9/91	9/91
Med direktörstitel, koncernen (%)	40/60	36/64	44/56
Koncernens ledningsgrupp, personer (%)	3/3 (50/50)	3/2	4/6 (40/60)
Styrelsen, personer (%)	4/2 (67/33)	5/3	5/3 (63/37)

KVINNORS GRUNDLÖN I FÖRHÅLLANDE TILL MÄNS LÖN ENLIGT PERSONALKATEGORI, STOCKMANN FINLAND

INDEX	2020	2019	2018
Försäljare (timlön)	99	98	98
Lageranställda (timlön)	96	94	94
Kontorsanställda (månadslön)	96	109	94
Högre tjänstemän och personer i ledande befattning (månadslön)	78	82	84

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

- 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 trosuppfattning, ålder eller föräldraskap. Lönejämförelser sker i enlighet med de gränser som sätts i kollektivavtalet.

TRAKASSERIER OCH DISKRIMINERINGSFALL

Under rapporteringsåret förekom inga fall av sexuella trakasserier, religiösa eller politiska diskrimineringar inom Stockmannkoncernen.

Inom Stockmannheten utarbetade tillsammans med personalen en ny modell för avgörande av meningsskiljaktigheter, som beskriver hur konflikter kan förebyggas och avgöras i olika situationer. Modellen beskriver bland annat agerande enligt värderingarna i konfliktsituationer och hur man ska agera om man upplever att man blivit osakligt bemött. Dessutom beskriver modellen team-medlemmarnas, de nära chefernas och ledningens ansvar och exemplifierar hur konflikter kan avgöras.

Vi främjar jämställdhet och mångfald och behandlar våra medarbetare rättvist.

PERSONALSTATISTIK

	2020	2019	2018
Antal anställda den 31 december	5 639	6 914	7 129
i Finland (män/kvinnor)	239/1 377	271/1 623	332/1 813
i Sverige (män/kvinnor)	173/1 850	144/2 168	147/2 194
Antal anställda i medeltal	5 991	7 002	7 241
Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda	3 973	4 891	5 299
Personal enligt anställningsförhållande och -kontrakt			
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor)	14 (9/91) 86 (10/90)	20 (4/96) / 80 (10/90)	18 (6/94) / 82 (10/90)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Finland	3 (15/85) 97 (15/85)	6 (8/92) / 94 (15/85)	8 (7/93) / 92 (16/84)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Sverige	14 (17/83) 86 (7/93)	23 (4/96) / 77 (7/93)	25 (7/93) / 75 (6/94)
Andel av heltids-/deltidsanställda av personalen, %	40/60	34/66	36/64
i Finland (män/kvinnor)	41 (24/76) 59 (8/92)	41 (23/77) / 59 (8/92)	43 (24/76) / 57 (9/91)
utomlands (män/kvinnor)	40 (20/80) 60 (4/96)	31 (17/83) / 69 (2/98)	33 (16/84) / 67 (2/98)
Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt, %	18	18	22
i Finland	12	17	17
i Sverige	8	8	9
Nya fast anställda anställdes, %	12	16	20
i Finland	6	10	12
i Sverige	4	6	6
Personalkostnader, milj. euro	181,9	211,1	222,0
Personalkostnader, andel av omsättningen i %	23	22,0	21,8
Personalens genomsnittliga ålder	39	37	37
i Finland	42	41	40
i Sverige	40	38	37
Sjukfrånvaro, %	5,3	4,4	4,2
i Finland	4,1	4,2	4,7
i Sverige	6,2	4,9	4,7
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen + på resor till och från arbetsplatsen i Finland, st.	51 + 19	72 + 41	60 + 50
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Sverige, st.	225	53	137
Kostnader för personalutbildning (Stockmann Finland utan direkta lönekostnader), milj. euro	0,1	0,2	0,2

Jämförelsesiffrorna visas endast för två år på grund av förändringar i rapporteringspraxis.

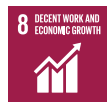


ANSVARSFULL AFFÄRSVERKSAMHET

Vi är engagerade att följa principerna för god bolagsstyrning och vi agerar i enlighet med vår uppförandekod. Vårt mål är att skapa mervärde för alla våra intressenter och vi engagerar oss aktivt i samhället. Vi strävar efter långsiktig lönsam verksamhet och vidtar flera strukturella åtgärder för att återigen göra verksamheten vinstbringande.



RESULTATUTVECKLING



Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat för år 2020 var 4,9 milj. euro (39,8). Rörelseresultatet minskade både i Lindex och i Stockmann. Det rapporterade rörelseresultatet uppgick till -252,4 milj. euro. Stockmann ansökte om företagssanering på våren 2020 pga. konsekvenserna av coronaviruspandemin, och företagssaneringsprogrammet godkändes den 9 februari 2021.

SKAPANDE OCH FÖRDELNING AV EKONOMISKT MERVÄRDE

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

Stockmann Oyj Abp:s aktier noteras på Nasdaq Helsingfors. Bolaget hade 43 656 (43 394) registrerade aktieägare i slutet av året. Utdelningspolicyn som fastställts av Stockmanns styrelse är att utdela mer än hälften av resultatet från den ordinarie verksamheten. Ingen dividend utbetalades för resultatet 2019 i enlighet med bolagsstämmans beslut. Styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen dividend utdelas för räkenskapsperioden 2020.

ANSVARSFULL AFFÄRSVERKSAMHET

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi är engagerade i en god förvaltning och fungerar i enlighet med Stockmanns Uppförandekod	90 % av personalen hade slutfört Stockmanns Uppförandekodskolning före utgången av år 2020, och 100 % kommer att ha gjort det före utgången av år 2021.	Vi fortsatte implementeringen av uppförandekodens nätutbildning i alla verksamhetsländer. Sammanlagt 76 % av Stockmanns personal i Finland och 81 % av personalen i Lettland hade slutfört utbildningen före utgången av 2021. I Estland ordnas ingen nätutbildning: uppförandekoden implementerades under 2020 på informationsmöten samt genom uppdatering av de lokala anvisningarna så de stöder den och genomgång av den med varje ny medarbetare.	● Pågående
Vi tillför ekonomiskt värde till alla våra intressenter	Positivt driftsbidrag (EBITDA)* i slutet av år 2021	Koncernens driftsbidrag (EBITDA) var 127,5 (153,0) milj. euro och det justerade driftsbidraget 134,8 (168,6) milj. euro. På grund av konsekvenserna av coronaviruspandemin ansökte Stockmann om företagssanering våren 2020, och bolagets mål är att företagsverksamheten ska vara lönsam igen. Det finns förutsättningar för en sanering av affärsverksamheten. Ytterligare information om företagssaneringen finns på adressen www.stockmangroup.com/sv/foretagssaneringsforfarande	● Målet uppfylls inte
Vår kommunikation är transparent och pålitlig och vi är aktivt engagerade i samhället	Ansvarsfullt företagsmedborgarskap	Vi publicerade integrerade översikter om affärsverksamheterna, finanser, förvaltning och CSR. Vi kommunicerade aktivt om vårt CSR-arbete. Vi informerade aktivt och öppet om företagssaneringen både i offentligheten och visavi våra medarbetare, kunder, borgenärer, leverantörer och andra intressenter. Vi deltog i välgörenhetsprojekt, vi fortsatte den öppna dialogen med våra intressenter och svarade på flera förfrågningar och utredningar, såsom bedömningen av mänskliga rättigheter i projektet SIHTI, kartläggningen Eetin Ränkkää Brändi, Finnwatch utredning av varuleverantörer och koldioxidavtryck i riskländer samt CDP-rankning.	● Målet uppfyllt

* Rörelseresultat före räntor, skatter, avskrivningar och amorteringar



VÄRDESKAPANDE FÖR INTRESSENTER

Resurser

PROFESSIONELL PERSONAL &
ORGANISATION

VARUMÄRKE

PRODUKTER

FLERKANALIG SERVICE

FINANSIELLA RESURSER &
FASTIGHETER

NATURTILLGÅNGAR



Påverkan

KUNDER

Omsättning, hyres- och serviceintäkter
och övriga rörelseintäkter

PERSONAL

Löner, arvoden och pensionsavgifter

SAMHÄLLE

Övriga sociala utgifter och skatter

VARULEVERANTÖRER & ÖVRIGA PARTNER

Kostnader för produkter, material & tjänster

INVESTERARE & AKTIEÄGARE

Finansieringskostnader

EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENT

Milj. euro		2020	2019*	2018*	2017*	2016*	2015*
Skapande av mervärde							
Kunder	Försäljning exkl. moms, övriga rörelseintäkter, finansieringsintäkter	794,4	961,5	1 026,2	1 060,3	1 177,5	1 435,8
Varuleverantörer och serviceproducenter	Köpta produkter och tjänster, inkl. investeringsnyttigheter och erlagda hyror	-613,1	-732,3	-756,9	-790,5	-864,9	-1 147,6
MERVÄRDE PRODUCERAT AV STOCKMANN		181,3	229,23	269,3	269,8	312,6	288,3
Fördelning av mervärde							
Personal	Löner, arvoden och pensionskostnader	-153,1	-178,9	-188,6	-201,6	-233,0	-281,9
Aktieägare	Dividender	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Finansierare	Finansieringskostnader	-45,4	-53,7	-35,3	-31,8	-23,9	-22,1
Offentliga sektorn	Övriga socialutgifter, skatter	-16,6	-47,1	-37,6	-53,2	-50,1	-54,7
UTDELAT TILL INTRESSEENTERNA TOTALT		-215,1	-279,8	-261,4	-286,7	-307,0	-358,7
Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten		-33,8	-50,6	7,9	-16,9	5,6	-70,4

* Kvarvarande verksamheter

Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland har rapporterats som avslutad verksamhet 2018 och 2017, jämförelseåret 2016 har omräknats.

Varuhusaffärsverksamheten i Ryssland är rapporterad som avslutad verksamhet 2016 och 2015.





VÄLGÖRENHETSSAMARBETE

Som en del av sitt CSR-arbete kan Stockmann göra donationer till icke-vinstdrivande allmännyttiga organisationer som finansierar allmänbildning, kultur, forskning och andra samhällseliga projekt i Stockmanns verksamhetsländer. Völgörehetsarbetet styrs av koncernens donationspolicy. Stockmanns affärsenheter kan även stöda ideella projekt för allmännyttiga organisationer, som en del av sina kommersiella kampanjer och aktiviteter.

STOCKMANN

- Hösten 2019 lanserade Stockmann det förnyade stamkundsprogrammet MyStockmann i Finland. Det förnyade programmet inkluderar fortgående välgörehetssamarbete. Som en del av programmet donerar Stockmann årligen ett belopp som baserar sig på stamkundernas framsteg till välgörehetsorganisationerna Plan International Finland, WWF Finland och Hope ry. Det donerade beloppet för 2020 var omkring 19 000 euro.
- På våren efter att pandemin brutit ut och under julförsäljningen ordnade vi i samarbete med Rädda barnen en välgörehetskampanj på varuhuset i Finland. Tillsammans med våra kunder donerade vi omkring 22 000 euro till välgörehetsorganisationen. Medlen används för att stöda finska barns studier och hobbyn. Dessutom deltog vi än en gång i en kampanj organiserad av Kotona Asuen Seniorihoiva. Under kampanjens gång uppmuntrade vi våra kunder till att köpa

julblommor för ensamma äldre med begränsade medel. Tack vare kampanjen levererade organisationen närmare 1 770 blomdonationer från Stockmanns varuhus till de äldre.

- På våren erbjöd Stockmann tillsammans med John Nurminens Stiftelse kunderna en möjlighet att delta i skyddet av Östersjön i anslutning till kampanjen #VÅRTHAV på stockmann.com och Helsingforsvarhuset. En del försäljningsintäkter donerades direkt till skyddet av Östersjön, och dessutom kunde kunderna donera pengar till John Nurminens Stiftelse vid kassorna.
- I Estland samlades medel till barnstiftelsen vid Tartu universitetssjukhus tillsammans med kunderna.

LINDEX

- Lindex är en av Rosa Bandet-projektets huvudsamarbetspartner. Under kampanjen 2020 samlade Lindex tillsammans med sina kunder 969 000 euro för att stöda cancerforskning.
- På Internationella kvinnodagen uppmärksammade Lindex WaterAids viktiga arbete att stärka kvinnor runtom i världen. Lindex donerade 84 000 euro från försäljningen på kvinnodagen till WaterAid och deras arbete för att öka tillgången till rent vatten, sanitet och förbättrad hygien i några av världens fattigaste samhällen.
- Lindex shoppingkassar är avgiftsbelagda i alla länder där Lindex har egna butiker. Intäkterna från försäljningen av kassar doneras till initiativ som främjar hållbar

utveckling. År 2020 donerade Lindex närmare 460 000 euro till finansiering av det gemensamma projektet med WaterAid i Bangladesh samt till att stöda CottonConnects projekt "Women in Cotton".

- Genom insamlingarna Women Cafe och School of Hope donerade Lindex dessutom 47 675 euro till välgörehet.

FÖRVALTNING

Principer som styr verksamheten har beskrivits i början av översikten, i stycket "Vårt tillvägagångssätt".

ANMÄLNINGSMEKANISMER

Bolaget har i bruk en anmälningskanal (whistleblowing 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 sina misstankar även till sin närmaste chef, till enhetens säkerhetschef, till koncernens direktörer, avdelningen för lagärenden eller interna revisionen. Alla anmälningar tas allvarligt och de behandlas konfidentiellt. Awikelser rapporteras till den interna revisionen och till direktören för juridiska ärenden. Under år 2020 rapporterades 1 mer allvarlig incident. Fallet undersöktes och nödvändiga åtgärder vidtog.

CSR-ORGANISATION

STOCKMANN

- År 2020 integrerades Stockmanns CSR-strategi i bolagets affärsstrategi, och funktionerna och ledningsgruppen ansvarar för genomförandet och uppföljningen av den. Stockmanns ledningsgrupp ansvarar för CSR-strategins mål, prioriteringar och implementering av CSR-strategin. Stockmanns styrgrupp för CSR, som leds av Jukka Naulapää, direktör för juridiska ärenden, ansvarar för samordningen, utvecklingen och uppföljningen av CSR inom Stockmannkoncernen.
- CSR-styrgruppen godkänner dessutom rekommendationer och definierar förfaranden som omsätts i praktiken genom de normala ledningssystemen. Stockmanns ledningsgrupp godkänner CSR-strategin. Vid behov tillsätter styrgruppen arbetsgrupper för att bereda ärenden till diskussion eller beslutfattning och förverkligar beslut som styrgruppen har fattat.
- Sådana arbetsgrupper kan inrättas för att hantera med CSR-mål och aktuella frågor relaterade till CSR. Stockmanns funktion för kommunikation, CSR och IR-relationer ansvarar för utvecklingen, samordningen och rapporteringen av koncernens CSR-arbete tillsammans med bolagets ledning och funktionernas experter.



LINDEX

- Lindex ledningsgrupp svarar för hållbarhetsarbetets generella riktning, mål och strategi på Lindex tillsammans med CSR-teamet. CSR-teamet har ett övergripande ansvar för utveckling av CSR på Lindex och teamet jobbar i nära samarbete med CSR-teamen lokaliserade på inköpskontoren. Varje verksamhetsland och avdelning drar upp linjer för sitt ansvarsarbete enligt en gemensam linje, mål och strategi som ledningen har bestämt. Lindex kommunikationsavdelning ansvarar för hållbarhetskommunikationen och-rapporteringen.

BEDÖMNING AV MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER



Stockmann respekterar och främjar alla mänskliga rättigheter, såsom definierats i bolagets verksamhetsprinciper och kompletterande policy för mänskliga rättigheter. Största delen av koncernens egen personal arbetar i länder där risken för brott mot mänskliga rättigheter utvärderats vara liten enligt amfori BSCI:s riskklassificering av länder. År 2020 fortsatte vi due diligence-projektet, där förverkligandet av mänskliga rättigheter i Lindex försäljnings- och franchiseländer utvärderas samt där bedömning av mänskliga rättigheter görs tillsammans med våra viktigaste intressenter. Projektet blev klart under 2020. Leverantörernas mänskliga rättigheter behandlas i stycket "Utvärdering av

leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden" samt på koncernens webbplats.

ANTIKORRUPTION OCH KONKURRENS-BEGRÄNSANDE BETEENDE



Stockmanns princip är en transparent och ansvarsfull verksamhet. Principerna om antikorrupktion och konkurrensbegränsande beteende ingår i Stockmanns uppförandekod och specificeras ytterligare i Stockmanns antikorruptionspolicy. Bägge finns tillgängliga på koncernens webbplats.

Stockmanns personal och ledning måste agera i bästa intresse för bolaget och på ett sätt som undviker intressekonflikter. Redan i många år har Stockmanns personal blivit instruerad om Stockmanns principer om mottagande av varuprov, gåvor, resekostnader eller andra penningförmåner, särskilt från leverantörer, via reglerna om personalrabatter.

Likasa 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. Bland annat 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 över 100 länder.

RISKBEDÖMNING FÖR KORRUPTION

Koncernens internationella verksamhet innebär utmaningar för kraftfulla åtgärder mot korruption. Den här stämmer inte riktigt, men kan inte korrigeras det på sv. Antikorrupptionsprinciperna ingår i Stockmanns Supplier Code of Conduct, dvs. Stockmanns uppförandekod för varuleverantörer, som utgörs av amfori BSCI:s uppförandekod, samt i Lindex uppförandekod.

Styrelsen har godkänt bolagets riskhanteringsprinciper, vilka gäller Stockmannkoncernens samtliga affärsenheter och affärsområden. Effektiviteten av den interna kontrollen övervakas av den interna revisionen, som verkar som en oberoende enhet under verkställande direktören och rapporterar sina iakttagelser till styrelsens revisionskommitté.

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.

Affärsenheternas ledning ansvarar för att göra upp finans- och strategiplaner i sina enheter och för 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 2020 fanns inga och Stockmann informerades inte om några korruptionsrelaterade rättsfall mot koncernen. Inte heller Lindex fick kännedom om några korruptionsfall.

KOMMUNIKATION OM OCH UTBILDNING I UPPFÖRANDEKODEN

Medarbetarna utbildas i frågor som anknyter till uppförandekoden och uppmuntras att kontakta sin chef i situationer där agerandet är oklart. Koncernens uppförandekod har publicerats på koncernens webbplats, och information om den publiceras internt på intranätet.

Implementeringen av nätutbildningen relaterad till uppförandekoden fortsatte. I slutet av 2020 hade 76 % (70) av Stockmanns personal i Finland och 81 % (71) av personalen i Lettland slutfört utbildningen före utgången av 2020. I Estland ordnas ingen nätutbildning: uppförandekoden implementerades under 2020 på informationsmöten samt genom uppdatering av de lokala anvisningarna så de stöder den och genomgång av den med varje ny medarbetare. Vårt långsiktiga mål är att 100 % av koncernens personal ska ha slutfört utbildningen.



GRI-INDEX

Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
GENERELLA STANDARDUPPLYSNINGAR			
Beskrivning av organisationen			
102-1	Organisationens namn	GRI-standardindex	Stockmann Oyj Abp
102-2	Aktiviteter, varumärken, produkter och tjänster	Kort om Stockmann (4), Dialog med intressenter (13), Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	
102-3	Lokalisering av huvudkontoret	Kort om Stockmann (4)	Helsingfors, Finland
102-4	Länder där verksamheten bedrivs	Kort om Stockmann (4), Inspiration för ansvarsfulla val (14-23), GRI 102-6	
102-5	Ägarstruktur och bolagsform	Affärsrapporten "År 2020", Ekonomisk översikt 2020	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-6	Marknadsnärvaro	Kort om Stockmann (4)	Stockmann har ingått ett licensavtal om användningen av varumärket Stockmann i Ryssland. Reviva Holding Limited:s dotterbolag AO Stockmann har drivit Stockmannvaruhusens verksamhet i Ryssland från och med den 1 februari 2016. Stockmanns nätbutik betjänar i Finland, Estland och Lettland under Galna Dagar-kampanjen.
102-7	Organisationens storlek	Affärsrapporten "År 2020"	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-8	Information om personalen och övriga medarbetare	Ansvarsfull arbetsgemenskap (30-37)	
102-9	Leverantörskedja	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	
102-10	Betydande förändringar i organisationen och dess leverantörskedja	Ekonomisk översikt / Styrelsens verksamhetsberättelse, Inspiration för ansvarsfulla val (14-23), GRI-standardindex	Inga större förändringar. Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-11	Tillämpning av försiktighetsprincipen	Bokslut, Styrelsens verksamhetsberättelse, Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-12	Externa initiativ	Vårt tillvägagångssätt (8-13), Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	
102-13	Medlemskap i organisationer och intresseorganisationer	stockmanngroup.com	www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer
Strategi			
102-14	Uttalande av VD	Affärsrapporten "År 2020"	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-15	Väsentliga inverknings, risker och möjligheter	Ekonomisk översikt 2020, Vårt tillvägagångssätt (8-13), Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
Affärsverksamhetens etik			
102-16	Värden, principer, normer och standarder	Vårt tillvägagångssätt (8-13), Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	
102-17	Mekanismer för råd och kommunikation avseende etik	Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	Bolaget har en whistleblowing-kanal som underhålls av en extern leverantör. Anmälningskanalen med instruktioner finns på adressen www.stockmanngroup.com/sv/uppförandekod
Styrning			
102-18	Styrningsstruktur	Förvaltningsöversikt, Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-21	Konsultering i samråd med intressenter beträffande finansiella, sociala och miljöteman	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12), Intressentengagemang (13)	



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
102-22	Styrelsens och kommittéernas sammansättning	Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-23	Styrelseordförandens position	Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-24	Urvalsprocess för styrelse	Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
Intressentrelationer			
102-40	Förteckning över intressentgrupper	Intressentengagemang (13)	
102-41	Kollektivavtal	Ansvarsfull arbetsgemenskap (30-37)	
102-42	Princip för identifiering och urval av intressenter	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12), Intressentengagemang (13)	
102-43	Intressentengagemang	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12), Intressentengagemang (13)	
102-44	Viktiga områden och frågor som har lyfts fram av intressenter	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12), Intressentengagemang (13)	
Redovisningsprinciper			
102-45	Enheter som ingår i koncernbokslutet	Ekonomisk översikt: Koncernens bokslut, Noter till moderbolagets bokslut	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2020.stockmanngroup.com
102-46	Definition av rapportens innehåll och avgränsningar	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12)	
102-47	Materiella teman	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12)	
102-48	Förklaring till förändringar	GRI-standardindex	Förändringar rapporteras i samband med relevanta resultatindikatorer.
102-49	Förändringar i rapportering	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12)	Förändringar rapporteras i samband med relevanta resultatindikatorer.
102-50	Redovisningsperiod	GRI-standardindex	Rapporteringsperioden för granskningen är räkenskapsåret från 1 januari till 31 december 2020.
102-51	Datum för publicering av senaste redovisning	GRI-standardindex	Den tidigare rapporten, som täcker året 2019, publicerades den 25 februari 2020.
102-52	Redovisningscykeln	GRI-standardindex	Årligen
102-53	Kontaktpersoner för redovisningen	GRI-standardindex	csr@stockmann.com
102-54	Uttryck av GRI-standardernas tillämpningsnivå	Om rapporten (2), GRI-standardindex	Denna rapport har upprättats i enlighet med GRI-standardernas grundnivå (Core 2016, 2018)
102-55	GRI innehållsförteckning	GRI-standardindex	
102-56	Granskning och bestyrkande	GRI-standardindex	Rapporten har inte granskats i sin helhet av tredje part. Finansiella indikatorer, som presenteras i de finansiella rapporterna, är reviderade av auktoriserade revisorer.
STYRNINGSMODELL			
103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12)	
103-2	Förklaring av ledningsmetod och dess komponenter	Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	
103-3	Bedömning av ledningsmetodens effekt	Ansvarsfull arbetsgemenskap (30-37), Hållbar shoppingmiljö (24-29)	Utvärdering av ledningsmetoden är kontinuerlig aktivitet. Baserat på utvärderingen är förändringar görs till praxis i den dagliga ledningen samt en del av den årliga planeringen och strategiska planeringen. Baserat på utvärderingen har förändringar gjorts i ledningsmetoder, till exempel i samband med organisatoriska förändringar.
ÄMNESSPECIFIKT INNEHÅLL			
Specifika standardupplysningar rapporteras på basen av identifierade väsentliga aspekter			
Ekonomisk inverkan			
201	Ekonomiska resultat		
201-1	Det direkta ekonomiska mervärdets producerande och fördelning	Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42), Ansvarsfull arbetsgemenskap (30-37)	



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
204	Inkösprinciper		
204-1	Andel av inköp till lokala leverantörer	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	Delvis rapporterad. En leverantöra- och fabrikslista över modets egna märken finns på adressen www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista och Lindex leverantörs- och fabrikslista, som inkluderar produktionsanläggningar, bearbetningsanläggningar och Tier 2-fabriker finns på adressen about.lindex.com/sustainability/how-we-work/suppliers-and-factories/
205	Antikorrupktion		
205-2	Kommunikation och utbildning om policyer och procedurer avseende korrupktion	Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	
205-3	Fastställda fall av mutor och korrupktion samt åtgärder i anslutning till dessa	Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	
206	Konkurrensbegränsande beteende		
206-1	Totalt antal juridiska åtgärder gällande konkurrensbegränsande beteende, antitrust- och monopol-verksamhet samt deras utfall	Ansvarsfull affärsverksamhet (38-42)	År 2020 förekom inga rättegångar eller domar relaterade till antitrustöverträdelser, karteller eller missbruk av en dominerande ställning.
Miljöpåverkan			
301	Material		
301-3	Återvunna produkter och förpackningar	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	Denna aspekt har bedömts som väsentlig, men beräkningsmodellen för nyckeltalet är inte lämpligt för Stockmanns verksamhet. Delarna "Ansvarsfull shoppingmiljö" (24-29) ger information om lösningar för förpackningsmaterial och bärkassar som stöder den cirkulära ekonomin.
302	Energi		
302-1	Energianvändning inom organisationen	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	
302-2	Energianvändning utanför organisationen	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	Delvis rapporterad. En begränsad mängd information om energiförbrukning utanför organisationen samlas in för att granska Scope 3-utsläppen (305-3).
303	Vatten		
303-3	Total vattenanvändning	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	
305	Utsläpp		
305-1	Direkta växthusgasutsläpp (Scope 1)	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	
305-2	Indirekta växthusgasutsläpp (Scope 2)	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	
305-3	Andra indirekta växthusgasutsläpp (Scope 3)	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	Endast begränsad information samlas in om Scope 3-utsläppen utanför organisationen. De väsentligaste utsläppen var relaterade till distributionstransporter och importfrakt.
306	Utsläpp till vatten och avfall		
306-2	Total avfall, per typ och hanteringsmetod	Hållbar shoppingmiljö (24-29)	
Sociala effekter			
401	Sysselsättning		
401-1	Antal och andel nyanställda totalt samt personalomsättning	Ansvarsfull arbetsgemenskap (30-37)	Rapporterades inte per kön, ålder eller område.
401-2	Anställningsförmåner för heltidsanställd personal, vilka inte erbjuds till tidsbunden eller deltidsanställd personal	Ansvarsfull arbetsgemenskap (30-37)	
402	Relationer mellan personal och ledning		
402-1	Kortaste uppsägningstider avseende verksamhetsförändringar, inklusive om dessa anges i kollektivavtal	GRI-standardindex	Vi följer de uppsägningstider som anges i arbetslagstiftningen i samtliga verksamhetsländer. I Finland är uppsägningstiden från två veckor till sex månader beroende på anställningsförhållandets längd. I Sverige är uppsägningstiden från en vecka till flera månader beroende på anställningsförhållandets längd och förändringen. Minimiuppsägningstider i anslutning till omstruktureringssituationer har inte fastställts i handelsbranschens avtal om arbetsvillkor.



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
403	Företagshälsövård och säkerhet i arbetet		
403-3	Arbetshälsövård	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37)	
403-9	Arbetsrelaterade skador	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37)	År 2020 förekom inga dödsfall på grund av arbetsolyckor eller allvarliga arbetsolyckor.
404	Utbildning och personalutveckling		
404-1	Utbildningstimmar per år i medeltal per anställd	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37)	Delvis rapporterad.
404-3	Antalet av anställda som har regelbundet utvärderings- och karriärutvecklingssamtal	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37)	
405	Mångfald och jämställdhet		
405-1	Mångfald inom ledningsorganen och bland anställda	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37)	Information om minoritetsgruppsmedlemskap samlas inte in, eftersom detta inte är tillåtet enligt finsk lagstiftning
405-2	Förhållande mellan grundlön och ersättning för kvinnor i förhållande till män	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37)	
406	Icke-diskriminering		
406-1	Totalt antal diskrimineringsfall och korrigerande åtgärder som vidtagits	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37)	
407	Organisationsfrihet och kollektivavtal		
407-1	Verksamhet och leverantörer som identifierats där rätten att utöva organisationsfriheten och rätten till kollektivavtal kan kränkas eller vara väsentligt hotad	Ansvasfull arbetsgemenskap (30-37), Inspiration for responsible choices (14-23)	De flesta av Stockmannkoncernens egna anställda arbetar i länder som klassificeras av amfori BSCI som lågriskländer för brott mot de mänskliga rättigheterna. Fullgörandet av föreningsfrihet i försörjningskedjan övervakas genom egna granskningar och de görs av en tredje part.
412	Bedömning av mänskliga rättigheter		
412-1	Antal av verksamheter som har varit föremål för granskningar av mänskliga rättigheter eller konsekvensbedömningar	Ansvasfull affärsverksamhet (38-42)	
412-2	Personalens utbildning kring mänskliga rättigheter	Ansvasfull affärsverksamhet (38-42)	
414	Social utvärdering av leverantörer		
414-1	Nya leverantörer som bedömdes enligt kriterier angående socialt ansvar	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	
414-2	Negativa sociala konsekvenser i leveranskedjan och vidtagna åtgärder	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	
415	Politisk påverkan		
415-1	Politiska bidrag	GRI-standardindex	Stockmann ger inga direkta eller indirekta bidrag eller donationer till politiker, politiska partier eller relaterade organisationer.
416	Kundernas hälsa och säkerhet		
416-2	Förbrytelser mot bestämmelser om produkters och tjänsters hälso- och säkerhetskrav	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	
417	Marknadskommunikation och produktinformation		
417-2	Produkt- och serviceinformation och märkning överträdelse av relevanta bestämmelser	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	
417-3	Incidenter av bristande efterlevnad avseende markandsföringskommunikation	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	
418	Kundens integritet		
418-1	Det totala antalet motiverade klagomål gällande kundsekretess och förlust av kunddata	Inspiration för ansvarsfulla val (14-23)	

LINDEX

Nils Ericsonsplatsen 3
PB 233
401 23 Gothenburg, Sverige
Tel. +46 31 739 5000
lindex.com
about.lindex.com

STOCKMANN

Alexandersgatan 52 B
PB 220
FI-00101 Helsingfors, Finland
Tel. +358 9 1211
stockmann.com
stockmanngroup.com