



2021

CSR

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 är även Stockmannkoncernens COP-rapport (Communication on Progress) enligt Global Compact-initiativet.

Jari Latvanen

Verkställande direktör



Verkställande direktörens hela översikt finns i affärsrapporten "År 2021".



OM RAPPORTEN

Stockmannkoncernens årsrapportering består av fem delar: **affärsrapporten, den ekonomiska översikten, förvaltningsöversikten, belöningsrapporten och hållbarhetsöversikten 2021.** CSR-översikten presenterar Stockmanns hållbarhetshuvudpunkter, prioriteringar, 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 2021
- 8 Vårt tillvägagångssätt
- 12 Rapporteringsprinciper och väsentlighet
- 13 Intressentengagemang
- 14 Inspiration för hållbara val
- 26 Hållbar shoppingmiljö
- 32 Ansvarsfull arbetsgemenskap
- 40 Hållbar affärsverksamhet
- 45 GRI-index



TILL LÄSAREN

År 2021 fortsatte vi inom Stockmannkoncernens bägge divisioner vårt målmedvetna arbete för att uppnå hållbarhetsmålen på alla strategiska prioriterade områden. Samtidigt började vi utveckla hållbarhetsarbetet mot nästa nivå. I syfte att uppdatera vår hållbarhetsstrategi genomförde vi en intressentkartläggning i Stockmandivisionens alla verksamhetsländer, och utifrån resultaten gjorde vi en väsentlighetsanalys. Även Lindex genomförde en heltäckande intressentundersökning, utifrån vilken hållbarhetsarbetet vidareutvecklas enligt målen. Vi kommer med mer detaljerad information om vår uppdaterade hållbarhetsstrategi och -program under 2022.

Under 2021 arbetade vi målmedvetet för att minska utsläppen, och nu har vi också engagerat oss i SBTi-initiativet, vilket innebär att vi kommer att ställa klimatmål utifrån vetenskapliga fakta för att minska växthusgasutsläppen i vår egen verksamhet och i koncernens värdekedja. Både Stockmann och Lindex har i flera år kartlagt sitt koldioxidavtryck, och 2021 införde Stockmandivisionen ett plastfritt koncept för nätbutiken och Budbees hemleveranser från nätbutiken som en fossilfritt alternativ.

Enligt bägge divisionernas intressentundersökningar har cirkulär ekonomi fått en större betydelse i hållbarhetsfrågor. Utifrån kundernas önskemål lanserade vi nya hållbara alternativ i Stockmanns sortiment, bland annat kläder, smycken och baddräkter som tillverkats av överloppstyger och återvunnet material och plastskräp samt finländsk naturkosmetik. I anslutning till modestrategin och främjandet av cirkulär ekonomi inledde vi samarbete med second hand-företaget Relove på varuhuset i Helsingfors centrum. Relove kompletterar Emmys tjänster för återanvändning av kläder. Dessutom ökade vi utbudet av bland annat skräddar- och klädseltjänster för att ge kunder en möjlighet att förlänga klädernas livscykel och använda dem

mångsidigare. För att hjälpa kunderna att välja hållbara alternativ kompletterade vi nätbutikens produktbeskrivningar med hållbarhetsinformation tillsammans med våra varuleverantörer, och samarbetet fortsätter.

Även Lindex startade flera ambitiösa pilotprojekt för cirkulär ekonomi inom olika produktkategorier. Dessa projekt är i linje med de nya anvisningarna för planering av cirkulär ekonomi från 2021, inklusive modellen 10 Circular Design Principles med vars hjälp man skapar hållbara och ansvarsfullt producerade varor som beaktar hela livscykeln.

För att säkerställa arbetsförhållandena i vår värdekedja hörde Stockmannkoncernen till de första som undertecknade det fortsatta åtagandet till det internationella säkerhetsinitiativet International Accord. Vi fortsatte också aktivt att fästa uppmärksamhet vid hälsosäkerheten för att säkerställa kundernas och personalens välmående, och vi lyckades undvika omfattande smittfall och exponeringar för coronaviruset.

Under det gångna året implementerade vi målmedvetet företagssaneringsprogrammet, som har framskridit planenligt. Vi förberedde också en reform av Stockmandivisionens affärsmodell och en omorganisering som fokuserar på kundorienterade kärnprocesser. Målet för förändringen är bättre service och smidigare processer, vilket kräver ytterligare arbete även under 2022.

Vi utvecklar vår verksamhet i en mer hållbar riktning tillsammans med våra intressenter och tar gärna emot respons och idéer på csr@stockmann.com. I denna CSR-översikt berättar vi om våra mål och åtgärder för att utveckla vår hållbarhet under 2021. Med önskan om intressanta lässtunder!

Henna Tuominen

Direktör, kommunikation, CSR och IR



VARUHUS OCH
MODEBUTIKER I

19

(18) LÄNDER

STOCKMANN HAR

8

VARUHUS I 3 LÄNDER: FINLAND,
ESTLAND OCH LETTLAND

INKLUSIVE FRANCHISING-
BUTIKERNA HAR LINDEX

441

(458) BUTIKER I 19 (18) LÄNDER



KORT OM STOCKMANN-KONCERNEN

Stockmann, grundat år 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Bolaget hade 45 054 aktieägare och 5 833 anställda vid utgången av 2021. Koncernen har två affärsenheter: Lindex och Stockmann.

Bolaget har 8 varuhus, 441 modebutiker i 19 länder. Bolagets huvudkontor är beläget i Helsingfors. Bolaget har dessutom sex inköpskontor i de viktigaste produktionsländerna för sina egna märkesprodukter: Bangladesh, Hong Kong, Indien, Kina, Myanmar och Turkiet. Stockmanns egna märken produceras i Bangladesh, Kina, Indien och Turkiet.

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

**LINDEX HAR 409 (420) EGNA
BUTIKER I 9 (9) EUROPEISKA**

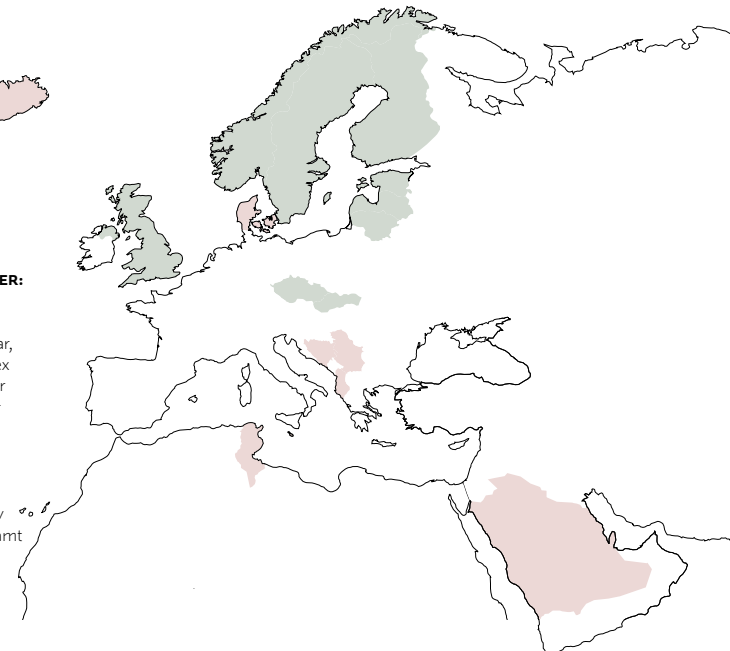
LÄNDER: Finland, Sverige, Norge, Estland, Lettland, Litauen, Storbritannien, Tjeckien och Slovakien.

**LINDEX HAR 32 (38)
FRANCHISINGBUTIKER I TIO LÄNDER:**

Albanien, Bosnien-Hercegovina, Island, Kosovo, Malta (nytt land 2021), Serbien, Saudiarabien, Qatar, Danmark och Tunisien. Även Lindex nätbutik är tillgänglig i dessa länder med undantag för Albanien, Qatar och Saudiarabien.

**LINDEX NÄTBUTIK FINNS I 34
LÄNDER.**

Dessutom säljs Lindex produkter av ASOS, Boozt, Nelly och Zalando samt numera dessutom av Next.





CSR-HÖJDPUNKTER 2021

I november 2021 anslöt sig Stockmannkoncernen till initiativet **SCIENCE BASED TARGETS (SBTi)** för att begränsa uppvärmningen till 1,5 grader i enlighet med klimatavtalet i Paris. Stockmann har målmedvetet arbetat för att minska utsläppen. Detta är ett tydligt tecken på att vi förbundit oss till att målmedvetet främja hållbar utveckling i affärsverksamheten. Stockmann intensifierar samarbetet mellan divisionerna för att minska växthusgasutsläppen i den egna verksamheten och i koncernens värdekedja.

NYA KOLLEKTIONER SOM FRÄMJAR CIRKULÄR EKONOMI LANSERADES,

såsom *Lili Marleena*-klänningar som tillverkas av överlopps tyger från italienska lyxiga modehus, *HallaXHalla*-baddräkter tillverkade av plastskräp i havet, *Colorful Standard*-kläder tillverkade av ekologisk bomull och återvunnet merinoylle, *Sägen*-smycken av återvunnet material och *Upcycle with Jing*-smycken av returflaskor.



Stockmannkoncernen undertecknade det nya utvidgade internationella **AVTALET INTERNATIONAL ACCORD FOR HEALTH AND SAFETY IN THE TEXTILE AND GARMENT INDUSTRY** som fokuserar på hälso- och säkerhetsfrågor inom kläd- och textilindustrin. I maj 2013 anslöt sig Stockmann som första företag i Finland till avtalet om brand- och byggnadssäkerhet (*The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh*). Stockmann hörde också till de första företagen som undertecknade det nya förlängda avtalet. De företag som undertecknat avtalet har förbundit sig till att endast anlita leverantörer och fabriker som omfattas av avtalet.

Fram till slutet av 2021 utbildade Lindex

40 %

av de 30 största leverantörerna i hur man räknar ut lokala löner som människor klarar sig med och utförde **analyser av löneskillnader i fråga om de 11 största leverantörerna** i Kina och Bangladesh.

Lindex införde ett **nytt miljöbedömningsverktyg** som omfattar alla vertikala Tier 1-leverantörer och de viktigaste Tier 2-leverantörerna. Verktyget beaktar **Lindex nya vattenstrategi**.

Lindex startade flera **PILOTPROJEKT FÖR CIRKULÄR EKONOMI** i olika produktkategorier enligt de nya anvisningarna för planering av cirkulär ekonomi från 2021 och modellen **10 CIRCULAR DESIGN PRINCIPLES**.





Sortimentet av naturkosmetik utökades med nyheter såsom *Pure Beauty*, *Moi Forest*, *Muru Muru*, *Havu Cosmetics* och *Luonkos*.

Vi bedrev aktivt samarbete med varumärken inom kosmetik för att bland annat **minimera svinn** genom att i högre grad anpassa utbudet till efterfrågan. Dessutom beaktas **påfyllningsförpackningar och återvinning av förpackningar** vid planeringen av sortimenten.



LINDEX SLUTFÖRDE PROJEKTET WATERAID I MIRPUR I BANGLADESH, DÄR ÖVER 7 000 MÄNNISKOR FICK TILLGÅNG TILL RENT DRICKSVATTEN OCH SANITETSUTRYMMEN.



I nätbutikens kundleveranser har vi inte använt plast som förpackningsmaterial efter Q1/2021. **I STÄLLET FÖR PLAST ANVÄNDER VI NU FIBERMATERIAL** i både nätbutikens paket och som fyllmaterial inuti paket.



INNOVATIVA NÄTBUTIKS-FÖRPACKNINGAR OCH SHOPPINGKASSAR

Stockmann började använda en ny finländsk innovation i sina shoppingkassar och nätbutiken gjorde detsamma i sina postpåsar som första aktör i Finland. Materialet *Paptic® Tringa*, som utvecklats i Finland, är tillverkat av grannellulosa från hållbart skötta FSC-certifierade skogar. Fiber materialet är mycket hållbart och transpirerande, och dessutom biologiskt nedbrytbart. Materialet har utmärkta egenskaper när det gäller tryckning. Kassor och förpackningar kan användas om och om igen. Materialet kan återvinnas med papper eller kartong.



RELOVE-SAMARBETET SVARAR PÅ KUNDERNAS ÖNSKEMÅL

I anslutning till förnyelsen av Stockmannvaruhuset i Helsingfors öppnade **second hand-butiken Relove** på tredje våningen i april. Relove säljer högklassiga second hand-kläder och är dessutom ett trivsamt kafé. Stockmann vill bemöta kundernas önskemål och erbjuda inspirerande och hållbart mode samt därigenom även stödja cirkulär ekonomi genom samarbetet med Relove.



HÅLLBARA MATERIAL I EGNA KOLLEKTIONER

Största delen av A+mores läderprodukter är tillverkade av mer hållbart certifierat läder (LWG-certifiering) och vegetabiliskt garvat eller kromfritt läder. År 2021 var 77 procent A+mores läderprodukter tillverkade av LWG-certifierat läder, och 2022 kommer andelen att öka. I klädkollektionen används också en hel del återvunnet material (ylle, bomull, polyester, polyamid) och till exempel ekologisk ofärgad alpackauil.

NYA TRANSPORT- ALTERNATIV MED LÅGA UTSLÄPP PÅ STOCKMANN. COM

Leveransalternativen från Stockmanns nätbutik utökades med Budbees fossilfria och utsläppskompenserade alternativ. Budbee levererar alltid inköp på stockmann.com till hemdörren. Budbee vill införa mer hållbara rutiner i branschen och vara det mest gröna transportalternativet. Företaget kompenserar alla sina koldioxidutsläpp till 110 procent. Även Stockmanns andra transportpartner har leveransalternativ med låga utsläpp: I sina transporter till avhämtningsställen använder DB Schenker Neste MY förnybar diesel™, och Posten kompenserar sina leveransrelaterade utsläpp.



MÄNGDEN AVFALL FORTSATTE ATT MINSKA

i Finland och Baltikum 2021. I Finland minskade avfallet med 15 procent från året innan och i Baltikum med 3 procent. Vi fortsatte att optimera transporter relaterade till avfallshantering genom att öka pressarnas ifyllningsgrad, och detta minskade koldioxidavtrycket avsevärt.





VÅRT TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Stockmannkoncernen har förbundit sig till att agera enligt principerna för hållbar utveckling. Vår hållbarhetsstrategi styrs av koncernens vision, strategi, värderingar och hållbarhetslöfte. Hållbarhet utgör en central del av hela Stockmanns verksamhet, och principen har implementerats i den dagliga ledningen och omfattar således hela värdekedjan. Vårt CSR-löfte går ut på att inspirera och stödja våra kunder i att göra ansvarsfulla val och vi arbetar för en mer hållbar framtid.



Ansvar

Ansaret 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. 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 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 efter att överskrida minimikraven i lagar, förordningar och praxis.



STOCKMANNS 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 konsumenträttigheter
- Personal och arbetsvillkor
- Miljö
- Korruption och intressekonflikter

Vidare vägledning i dessa kompletterande praxisar:

- Stockmanns antikorrupsionspolicy
- Stockmanns policy för mänskliga rättigheter

VÄSENTLIGA ÖVER- ENSKOMMELSER

Stockmannkoncernen har förbundit sig till flera internationella deklarationer och konventioner, av vilka de viktigaste är

- 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)
- International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry (Ersätter det tidigare avtalet om brand- och byggnadssäkerhet i Bangladesh från 2013 (Accord))

Dessutom har Lindex engagerat sig i följande initiativ: Canopy Style, Clean Cargo, CottonConnect, ETI a leading ethical trade organisation, The Global Deal, SEDEX, STICA, Textile Exchange, Transparency Pledge, WaterAid

FN:S GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBARHET



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.



SAMARBETE OCH 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

STOCKMANNS CSR-STRATEGI 2019–2021 //

STOCKMANN-DIVISIONEN:

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

CSR-LÖFTE // Vi inspirerar och stöder våra kunder att göra ansvarsfulla val. Vi arbetar för en mer hållbar framtid.

INSPIRATION FÖR HÅLLBARA ALTERNATIV

- Vi inspirerar till ansvarsfull konsumtion och livsstil
- Vi erbjuder ansvarsfullt och kvalitativt mode med lång livslängd
- Vi främjar hållbarhet i våra leverantörskedjor

HÅLLBARA AFFÄRSMETODER

- Vi är engagerade att följa principerna för god bolagsstyrning och vi agerar i enlighet med vår uppförandekod

- Vi tillför ekonomiskt värde till alla våra intressenter

- Vår kommunikation är transparent och pålitlig, och vi är en aktiv del av samhället

ANSVARFULL ARBETS- GEMENSKAP

- Vi försäkrar en säker arbetsmiljö och ökar personalens välbefinnande
- Vi främjar jämställdhet och diversitet
- Vi stöder personalens yrkesmässiga utveckling

HÅLLBAR SHOPPING- MILJÖ

- Vi är engagerade i att minska användningen av förpackningsmaterial och deras miljöpåverkan
- Vi vidtar åtgärder för att minska vår klimatpåverkan
- Vi tillämpar ett cirkulärt tillvägagångssätt i vår verksamhet

GRUND // Stockmanns värderingar och uppförandekod

VISION // Marknadsplatsen för ett gott liv

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 göra kvinnor starkare:

1 STÄRKA KVINNOR

- 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

- främja och skydda respekt för mänskliga rättigheter



RAPPORTERINGS- PRINCIPER OCH VÄSENTLIGHET

Översikten omfattar Stockmann-koncernens 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 miljösidan 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

Denna hållbarhetsrapport baserar sig på en väsentlighetsanalys från 2018 och beskriver

hållbarhetsarbetet enligt CSR-strategin under den senaste verksamhetsperioden. Under Q2/Q3 tog vi fram en ny hållbarhetsundersökning för våra intressenter. Den utgör en del av den nya CSR-strategiprocessen 2022–2024. Väsentlighetsanalys är fortlöpande verksamhet inom Stockmann, och därför prioriterar vårt hållbarhetsarbete också teman som är de väsentligaste för oss med beaktande av de globala målen för hållbar utveckling. Utifrån den fortlöpande dialogen med intressenter och marknadsanalyser kommer vi att uppdatera utvecklingsobjekt och indikatorer som är väsentliga för rapporteringen så att de motsvarar hållbarhetsmålen.

LINDEX

Lindex genomförde en heltäckande intressentenkät 2021. Målet var att samla in respons av intressenterna angående de prioriterade ESG-områdena för att kartlägga Lindex rapportering och strategiska engagemang. I responsprocessen genom enkäten, intervjuerna och responskanalen deltog 21 representanter för olika intressenter och över 500 kunder. Ytterligare information finns i väsentlighetsavsnittet Rapportens bakgrund i Lindex rapport om hållbar utveckling 2021.

VÄSENTLIGHETSANALYS

STOCKMANNS STRATEGISKA PRIORITETER 2019–2021

VÄSENTLIGA ASPEKTER

BERÄKNINGS- GRÄNS

INSPIRATION FÖR HÅLLBARA ALTERNATIV

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

HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ

Energi	Egen verksamhet
Utsläpp	Egen verksamhet och indirekta utsläpp för utvalda delar
Utsläpp till vatten och avfall	Egen verksamhet

ANSVARFULL 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

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

INTRESSENTGRUPP	INTERAKTION	INTRESSENTERNAS VIKTIGASTE INTRESSEN OCH BEKYMME 2021	SVARANDET PÅ INTRESSENTERNAS FÖRVENTNINGAR
KUNDER Kunderna är en särskilt viktig intressentgrupp, och ett av våra värden är att fokus på kunden.	Dialog i varuhusen och modebutikerna, via kundservicecentret (e-post, telefon, social media), via kundpaneler, enkäter och stamkundsprogram.	Kundservice och -belåtenhet, kundintegritet och hälsosäker shopping, 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 Lindex 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 och anpassade verksamheten till det rådande läget för corona-viruspandemin.
PERSONAL Vi värdesätter våra medarbetare och deras engagemang i vårt bolag. Vi arbetar kontinuerligt för att förbättra atmosfären på arbetsplatsen och utvecklar dialogen med våra medarbetare.	Personliga utvecklingssamtal och gruppsamtal (PDD), personalenkäter, koncernnämnden och personalnämnden, evenemang, workshops och intranät, Teams.	Personalens välbefinnande och säkerhet, arbetsmotivation och stressnivå, fortlöpande inläring, professionell utveckling och karriär, omsorg om personalen, jämställdhet, moderna samarbetsplattformar och kommunikationskanaler, miljöfrågor på varuhusen, hållbara produkter, återanvändning av kläder, material, produktionsprocesser, cirkulär ekonomi, hantering av vattenförbrukning i leveranskedjan, djurens välbefinnande.	Personalen deltog i utvecklingen av Stockmanns verksamhet på workshoppar och genom att komma med respons och utvecklingsidéer i personalenkäter och via andra kanaler för intern kommunikation, såsom Teams grupparbetsplattformar. Vi gjorde förberedelser för en reform av Stockmanns affärsmodell tillsammans med personalen. Vi förnyade utvecklingssamtalen med medarbetarna och ökade bland annat utvecklingsmöjligheterna för nära chefer och försäljningspersonal genom att ordna olika slags coachningar.
AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE Stockmann vill vara ett intressant och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden.	Börsmeddelanden, finansiella rapporter, årsredovisning, koncernens webbplats, webcasts, regelbundna möten med investerare och bolagsstämman, enkäter.	Ekonomisk utveckling och förmåga att vända kursen för bolaget, genomförandet av strategin, aktiekursutveckling, CSR-prestation samt nöjdhet bland kunder och medarbetare.	Vi kommunicerar öppet och transparent till våra intressenter. Vi svarade på CDP-enkäten (Carbon Disclosure Project) och flera hållbarhets- och ESG-enkäter.
VARULEVERANTÖRER OCH SERVICEPRODUCENTER har en nyckelroll med tanke på det fortlöpande arbetet för hållbarhet och lönsamhet. Alla leverantörer förväntas följa Stockmanns uppförandekod.	Möten, förhandlingar, workshoppar, samarbetsprojekt och -kampanjer, fabriksbesök och -inspektioner, webbplats och leverantörsenkäter.	Utveckling av sortimentet tillsammans med varu- och tjänstleverantörer, implementering av hållbarhetsmål och -initiativ i affärsverksamheten, framflytande av hållbarhetsteman, material, produktionsprocesser, arbetsrutiner, transparens, hantering av vattenförbrukningen.	Vi förde en aktiv dialog med inköpskontoren och tjänstleverantörerna för att beakta varuleverantörernas läge och säkerhet.
MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER Vi samarbetar och för en fortlöpande 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 den egna verksamheten, djurens välbefinnande, användning av plast, cirkulär ekonomi.	Vi förde dialog med bland annat frivilligorganisationer relaterade till bland annat Finnwatch utredningar och varumärkeskampanjen Eetin Ränkkää brändi. Vi svarade på förfrågningar, gav intervjuer 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 utnyttjas 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 och följer fortlöpande upp hur kundnöjdheten och varumärkesimagen utvecklas.

All respons som mottagits via kundservice, per telefon, e-post eller sociala medier analyseras på Stockmann. Stockmanns kundservicecenter svarar på respons per telefon, e-post, chatt och sociala medier. År 2021, hanterade centret ca 162 000 (197 000) fall. Största delen av kontakterna anknöt till nätbutiksbeställningar, leveranser och produkternas tillgänglighet. Andra teman var kampanjen Galna Dagar, covid-19, företagssaneringen och kundtjänsten i största allmänhet.

Kundupplevelserna mäts med hjälp av regelbundna enkäter i olika skeden av kundrelationen. Den viktigaste indikatorn i enkäten är EVI (Emotional Value Index) som mäter kundens emotionella upplevelse och som vi införde i början av april 2021 i alla

INSPIRATION FÖR ANSVARSFULLA VAL

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi är en inspirationskälla för ansvarsfull konsumtion och livsstil samt skapar känslor som håller	<p>År 2021 valde vi Emotional Value Index (EVI), som mäter emotionella upplevelser, till våra nya prestationsindikator. EVI-målen på divisionsnivå justeras separat för tidsperioderna H1 och H2. Tidigare Net Promoter Score (NPS) slopas från och med början av 2022. På divisionsnivå är EVI-målet 54 för H1/22.</p> <p>Hållbarhetsfrågor ställs till kunderna i separata hållbarhetsenkäter två gånger om året (H1 och H2). Målet är 4 fram till slutet av 2022 (på skalan 1-5).</p>	<p>Vi ökade sortimentet med nya hållbara alternativ och främjade aktivt hållbara produkter och tjänster i vår marknadsföring, kommunikation och på varuhusen.</p> <p>Vi fortsatte att utveckla kundupplevelserna systematiskt i hela kundrelationen. Bland annat i nätbutiken vidtog vi många utvecklingsåtgärder under året, vilket resulterade i en positiv EVI-trend. Programmet MyStockmann utvecklades tillsammans med kunderna, och kunderna kan uppleva förnyelserna i början av 2022. Vi prioriterade också vår leveransprocess i utvecklingen.</p> <p>För 2021 var EVI-resultatet på divisionsnivå 49. Varuhusens EVI-resultat var 65, kundtjänstens 5 och nätbutikens 48. År 2021 var NPS på divisionsnivå 46 (58). I och med reformen av mätmetoden och förändringen i mätvolymen är resultatet för 2021 inte helt jämförbart med resultatet för 2020. NPS för varuhusen i Finland var 54 (58) och 47 (34) för nätbutiken samt 73 (66) respektive 64 (63) för varuhusen i Riga och Tallinn. Utvecklingen av kundupplevelserna fortsätter systematiskt och målinriktat under 2022.</p> <p>Hållbarhetsenkätens resultat för 2021 var 3,71. Arbetet för hållbarhet fortsätter planenligt under 2022.</p>	<p>● Målet uppnåddes delvis</p>
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 förnyade andelen hållbara produkter i vårt urval och introducerade nya varumärken. Sammanlagt 60 % (60) av Stockmanns egna klädmärken var tillverkade av mer hållbart material, medan 88 % (91) av de egna trikåmärkena var tillverkade av mer hållbart trikåmaterial.	● Mål uppnått
Vi främjar ansvarsfulla leveranskedjor	Mål: 100 % av de egna märkenas leverantörsfabriker i högriskländer har reviderats före utgången av 2021.	<p>År 2021 hade 65 % av leverantörerna för de egna märkena reviderats. Vi är på väg mot målet och läget uppdateras aktivt när nya revisioner blir klara. Dessutom utreder vi utmaningar relaterade till bland annat Covid-19-pandemin och överföringen av fabrikernas profiler till nya amfori Sustainability Platform.</p> <p>73 % av mode och de egna varumärkesleverantörerna har undertecknat Stockmanns uppförandekod för leverantörer, amfori BSCI code of conduct, eller liknande (mål 100 %).</p>	<p>● Målet uppnåddes delvis</p>



kanaler – varuhusen, nätbutiken och kund-tjänsten. EVI är vår nya strategiska prestations-indikator. För 2021 var EVI-resultatet på divisionsnivå 49. Vid sidan av EVI fortsatte vi under 2021 att använda den tidigare NPS-mätningen (Net Promoter Score) av rekommendationsbenägenheten på de ställen där den mätts tidigare. År 2021 var NPS på divisionsnivå 46 (58). I och med reformen av mätmetoden och förändringen i mätvolymen är resultatet för 2021 inte helt jämförbart med resultatet för 2020. Utvecklingen av kund-upplevelsorna fortsätter systematiskt och målinriktat under 2022.

TJÄNSTER SOM STÖDER EN ANSVARSFULL LIVSSTIL



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

STOCKMANN

- Vi erbjuder kunderna information om och tjänster för 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. Till exempel tillsammans med Fiskars införde vi i februari 2021 en permanent modell för insamling av stekpannor och kastruller.

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 2021 insamlade Lindex 154 (123) 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.



MARKNADS-KOMMUNIKATION OCH PRODUKTINFORMATION



Vi respekterar konsumentens rättigheter och bedriver vår marknadsföring på ett ansvarsfullt sätt. Verksamhetssättet är en del

av koncernens uppförandekod (Code of Conduct). Marknadskommunikationen överensstämmer med reglerna för den Internationella handelskammaren (Consolidated ICC Code on Advertising and Marketing Communication Practice), konsumentskyddslagen och vår strategi.

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 2021 hos Stockmann eller Lindex. Reklamombudsmannen i Sverige fällde Lindex för vilseledande marknadsföring.

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 tvätthanvisningen.
- 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.

- Teamen på Stockmann Design Studio utbildar aktivt försäljningspersonalen och andra intressenter i hållbara kvaliteter, så att de kan betjäna kunderna bättre och ge inspiration och vårdanvisningar som förlänger produkternas livscykel.
- 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 produktinformationen om hållbara val i nätbutiken. År 2021 förnyades nätbutikens navigation så att kunder kan avgränsa sortimentet till att endast omfatta produkter av hållbara material.

LINDEX

- Lindex hör till de största användarna av hållbar bomull i världen. År 2021 var ca 99 % av den bomull som Lindex använde av en mer hållbar kvalitet och 80 % var ekologisk bomull.
- Många bomullskläder, i synnerhet denim-produkter, innehåller delvis återvunnen bomull.
- Produktionskedjan för bomullen i babykläder är GOTS-certifierad.
- 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 har två stamkundsprogram. Stockmanns stamkundsprogram MyStockmann har över 1,4 miljoner stamkunder. Lindex stamkundsprogram More at Lindex har över 4,1 miljoner medlemmar. Stamkunder får personliga erbjudanden och förmåner. Stamkundssystemens registerbeskrivningar 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. Stockmanns mål är noll incidenter gällande kränkande av

kundintegritet. År 2021 förekom det inom Stockmannndivisionen inga fall där kunders integritet skulle ha kränkts. Lindex fick ett GDPR-meddelande via ett lokalt ombud, men detta föranledde inga åtgärder.

HÅLLBART PRODUKTURVAL

Produkturvalet på Stockmannvaruhusen och i Lindex modebutiker erbjuder kunderna möjligheter att göra säkra och ansvarsfulla köpbeslut. Inom mode, kosmetik och hushållsartiklar är det möjligt att välja ekologiska produkter, produkter tillverkade av



Stockmann introducerade nya cirkulära kollektioner, till exempel handgjorda *Upcycle med Jing*-smycken tillverkade av återvunna plastflaskor.

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 för de produkter som säljs och för att säkerställa att de inte utgör en risk för kundernas

hälsa eller egendom. Bägge divisionerna har etablerade rutiner för systematisk uppföljning och fortlöpande utveckling av verksamheten.

Stockmannndivisionens 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 produktsäkerheten av finska Tullen och Säkerhets- och kemikalieverket Tukes.

Eventuella produktåterkallelser hanteras enligt interna anvisningar för återkallelser, som fastställer ansvarsområden och nödvändiga åtgärder. Under 2021 förekom det inga offentliga produktåterkallelser av egna varumärkesprodukter hos Stockmann.



MATERIAL



Ansvar är en integrerad del av kläddesign samt inköp av material och produkter inom

Stockmannkoncernen. Vårt mål är att systematiskt öka mängden material som har mindre skadlig miljöpåverkan, eller 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.

Grunden för Stockmanns egna modemärken utgörs av tidlös design och hållbara material som tål slitage. Kollektionerna designas av Stockmanns Design Studio i Helsingfors. Hållbarhetsfrågor beaktas redan i valet av material till produkterna. I stickade produkter används bland annat ylle som certifierats enligt Responsible Wool Standard (RWS) och Responsible Mohair Standard (RMS), vilket säkerställer att åtgärder vidtas för fårens välbefinnande och för miljön. Yllet i RWS-märkta produkter kan också spåras till fåruppfödaren. I produkter som innehåller dun används återvunnet dun eller dun som certifierats enligt Responsible Down Standard (RDS). I utomhuskläder har man tillsatt återvunnet material i fodret, yttertyget och fyllningarna. I kläderna används dessutom återvunnet material i form av polyester och ylle. Stockmanns egna märken förses med märkningen Sustainable Design, som är ett tecken på att hållbart material använts i produkten.

STOCKMANN

- År 2021 var 60 % (60) av Stockmanns egna märkesplagg tillverkade av ansvarsfulla material medan 90 % (91) av Stockmanns egna trikåplagg var tillverkade av mer hållbar bomull. Till exempel när det gäller damkläder av märket NOOM var andelen mer hållbar bomull i alla trikåer 77,3 % år 2021, och andelen ekologisk bomull i alla produkter i kollektionen var 38,7 %. I barntrikåer av märket BOGI var andelen mer hållbar bomull 97,2 % och i herrtrikåer av till exempel märket Cap Horn 94,6 % år 2021. Andelen hållbart producerat certifierat ylle (RWS, RMS) har ökats systematiskt, och under höstsäsongen var andelen hållbart producerat ylle i stickade kläder i Stockmanns egna modemärken redan 36,1 %. I Stockmanns egna märkesprodukter med dunfoder var allt dun antingen återvunnet eller certifierat enligt Responsible Down Standard.
- Vi fortsätter vårt aktiva 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 våra varuleverantörer om Stockmanns utvecklingsprojekt för hållbarhet och om våra förväntningar på intressenterna. Våra inköpare strävar alltid efter att välja det mest hållbara alternativet. Detta utgör en del av våra dagliga rutiner.

STOCKMANNS EGNA MÄRKEN



FÖR DAMER

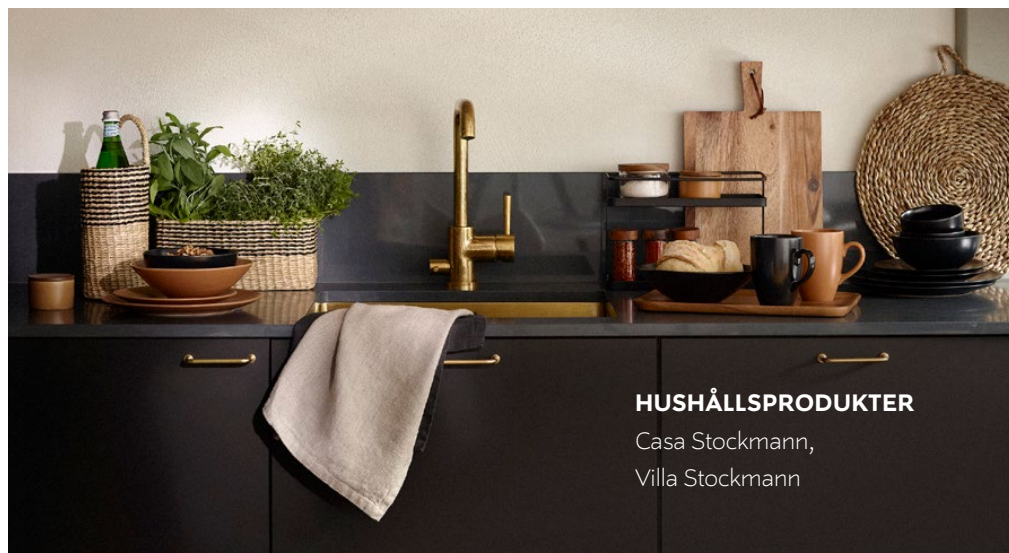
cut & pret, cut & pret PLUS, A+more, Essentials by Stockmann, NOOM, NOOM Loungewear, Stockmann Silk

FÖR BARN

Bogi, Basic by Stockmann

FÖR HERRAR

Construe, Construe Accessories, Cap Horn, Stockmann 1862



HUSHÅLLSPRODUKTER

Casa Stockmann, Villa Stockmann



LINDEX

- 78 % (68) av Lindex plagg tillverkades av mer hållbara material, och cirka 99 % (99) av bomullen som Lindex använder kom från mer ansvarsfulla källor.
- Ett av Lindex ambitiösa hållbarhetsmål är att 100 % av de använda materialen är återvunnet eller mer hållbart tillverkade fram till år 2025.
- 100 % av bomullen i Lindex babykollektion är GOTS-certifierad och 100 % av Lindex denimprodukter är Better Denim.

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 Lindex sortiment och Stockmanns egna ytterkläder, som nu behandlas med skyddsämnet Bionic-finish@ECO i stället för perfluorerade föreningar. Dessutom har Lindex antagit ett frivilligt förbud mot att använda cykliska siloxaner och PFAS-föreningar i kosmetiska produkter.



Cirka

99 %
av bomullen
som Lindex använder kom
från mer
ansvarsfulla
källor.



Lindex har antagit en kemikaliestrategi och enligt detta är målet att bolaget fram till 2025 har slopat alla farliga och giftiga ämnen i dess leveranskedja och att transparenta och hållbara kemikalier används i stället. Under 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. Lindex införde appen Bhive, som skannar varuleverantörers lagring av kemikalier i förhållande till Lindex MRSL och visar leverantörernas kravenlighetsnivå. År 2021 inträffade inga incidenter relaterade till kemikalier inom Stockmann eller Lindex.

100 % av bomullen i Lindex babykollektion är **GOTS-certifierad** och **100 %** av Lindex **denimprodukter** är **Better Denim**.



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 utveckling av hållbarhet i våra egna varumärkens leveranskedjor, som vi har den bästa möjligheten att påverka. Dessutom för vi aktiv dialog med våra samarbetspartner.

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.

INKÖSPRAXIS FÖR LEVERANTÖRER FÖR EGNA MÄRKEN

Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar, utan de egna märkesprodukterna tillverkas av kontraktstleverantörer. 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.

Direkta varuleverantörer i riskexponerade länder: Lindex 89 st. och Stockmann 80 st. Produktionsanläggningar i riskexponerade länder (av vilka direkta inköp görs): Lindex 144 st. och Stockmann 118 st.

Stockmannkoncernen **utvecklar och upprätthåller ett långsiktigt samarbete med leverantörer.**

INTENSIVT SAMARBETE MED VARULEVERANTÖRER

Stockmannkoncernen har sex lokala inköpskontor i Bangladesh, Hong Kong, Indien, Kina, Myanmar och Turkiet. Av dem samarbetade Stockmanndivisionen med inköpskontoren i Kina, Indien, Turkiet och Bangladesh.

Kontoren spelar en viktig roll när det gäller att utveckla arbetsförhållanden och identifiera risker. Tillsammans sysselsätter kontoren totalt 118 (118) arbetstagare, 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 inköpskontor.

Sammanlagt 51 % (64) av Stockmanns egna varumärkestillverkare var så kallade direkta leverantörer och 49 % (36) kom via inköpskontoren. Sammanlagt 73 % av inköpsvolymerna kommer via inköpskontoren och 27 % 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-standarderna eller amfori BSC:s uppförandekod kompletterat med Stockmanns egna riktlinjer som fastställs på basis av iakttagna människoräts- 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.

Lindex Code of Conduct är ett grundläggande dokument som styr arbetet



med samarbetspartner i leveranskedjan. Dokumentet baserar sig på Lindex värderingar och anger förväntningarna på implementeringen av dem på arbetsplatserna. Enligt dokumentet ska samarbetsparterna agera ärligt och etiskt genom att iaktta all lagstiftning och alla regelverk samt alltid undvika faktiska, eventuella eller uppenbara intressekonflikter.

Uppförandekoden baserar sig på Ethical Trading Initiatives grundläggande ETI-kod, och den omfattar de grundläggande kraven för bland annat löner, arbetsförhållanden och föreningsfrihet. Lindex har dessutom nyligen kompletterat koden genom att stärka förväntningarna på jämställdhet i leverantörernas lokaler. I enlighet med mål 5 (jämställdhet) i FN:s agenda för hållbar utveckling strävar Lindex efter att öka jämställdheten på nationell nivå och branschnivå. Handlingsanvisningarna klargör denna prioritering för samarbetsparterna och bidrar till att identifiera och stödja de leverantörer som engagerat sig för att erbjuda alla manliga och kvinnliga medarbetare en stabil arbetsmiljö och som deltar i arbetet för att systematiskt förändra förhållandena. Lindex alla affärspartner är skyldiga att iaktta uppförandekoden, vars nya version infördes i Lindex hela värdekedja under 2021.

REVISIONER AV SOCIALT ANSVAR

Stockmann har varit medlem i amfori BSCI (tidigare Business Social Compliance Initiative) sedan år 2005, och samarbetet fortsätter. 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 började Lindex tillämpa SEDEX-standarden i stället för amfori BSCI. Som medlem i Sedex använder Lindex revisionsmetoden SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit). Denna metod valdes, eftersom den fokuserar på jämställdhet, vilket är i linje med Lindex mål och värderingar. Stockmann bedömer läget för revisions-samarbetet efter att erfarenheter av

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.

förändringen inom Lindex erhållits. Fabriker som anlitas av Lindex granskas regelbundet av både interna och tredje parter 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. Eftersom programmet varit framgångsrikt, inför Lindex hanteringssystemet för alla klädeleverantörer. I Indien infördes systemet i slutet av 2021. Följande steg är att införa det i Turkiet och Kina. Enligt målet ska programmet införas i Lindex hela leveranskedja fram till 2025. Implementeringen av programmet leds sedan 2021 av Lindex Global Women Empowerment Manager i Bangladesh.

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 RESULTAT

Efter varje revision, vare sig det är fråga om en amfori BSCI-revision, en egen revision eller en revision enligt brand- och

ANTAL REVISIONER

	2021	2020	2019	2018	2017
amfori BSCI	59	57	115	257	88
intern	18	0	62	66	119
SA8000-certificat	9	2	8	3	13
Accord-inspektioner	34	88	88	145	221

AMFORI BSCI-REVISIONER

Resultat	2021	2020	2019	2018	2017
A = Utmärkt	10 %	9 %	8 %	8 %	5 %
B = God	17 %	9 %	15 %	9 %	11 %
C = Acceptabel	70 %	80 %	67 %	70 %	60 %
D = Otillräcklig	3 %	2 %	10 %	13 %	24 %
E = Oacceptabel	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Antal revisioner	59	57	115	252	88

* Covid-19-pandemin påverkade också antalet revisioner 2020-2021.

ACCORD-RÄTTELSEERNAS PRESTATIONSPROCENT

	2021	2020	2019	2018	2017
Stockmannkoncernen	93 %	96 %	96 %	93 %	89 %
I genomsnitt	93 %	92 %	91 %	89 %	82 %

byggnadssäkerhetsavtalet i Bangladesh utarbetas en revisionsrapport och en korrigering 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.

FÖRBÄTTRING AV BRAND- OCH BYGGNADSSÄKERHETEN I BANGLADESH

Stockmannkoncernen undertecknade det nya utvidgade internationella avtalet International Accord for Health and Safety in the Textile and

Garment Industry som fokuserar på hälso- och säkerhetsfrågor inom kläd- och textilindustrin. I maj 2013 anslöt sig Stockmann som första företag i Finland till avtalet om brand- och byggnadssäkerhet (The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh). Stockmann hörde också till de första företagen som undertecknade det nya avtalet. De företag som undertecknat avtalet har förbundit sig att endast anlita leverantörer och fabriker som omfattas av avtalet. 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 kontraktsperioden löpte ut våren 2018 och Stockmann åtog 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 2021 genomfördes 34 Accord-revisioner. Sammanlagt 93 % av de reparationer som avtalen förutsätter hade gjorts inom Accord.

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 76 (87) leverantörer och tillverkades i cirka 110 (133) fabriker. Ungefär 51 % (64) av fabrikerna var så kallade direktleverantörer och 49 % (36) förvärvades via våra inköpskontor.

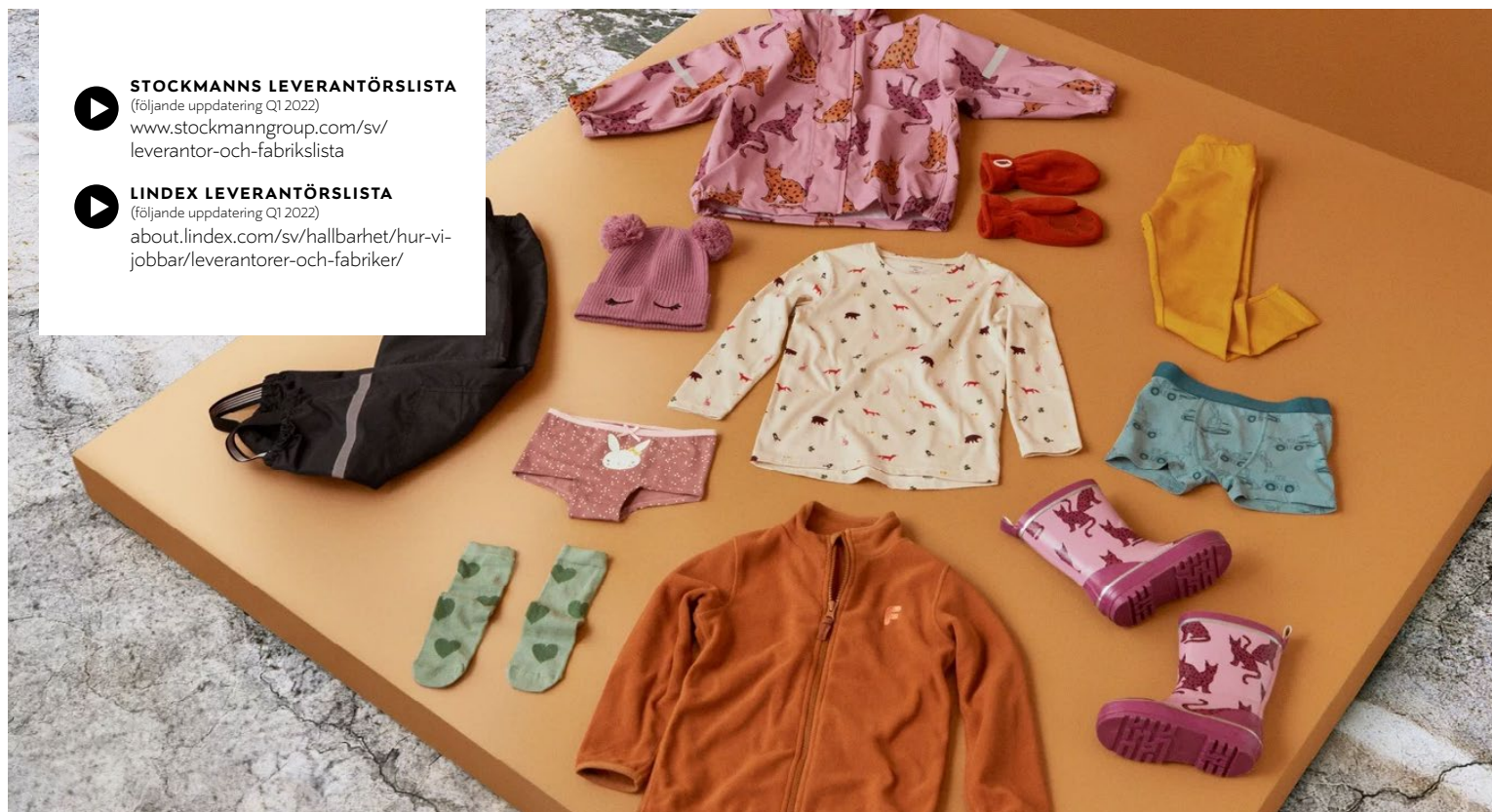
Stockmanns egna hushållsvaror köptes från 51 (56) varuleverantörer och tillverkades i 58 (64) fabriker. Majoriteten dvs. 96 %, av fabrikerna var så kallade direktleverantörer.

LINDEX

Lindex hade cirka 99 (119) leverantörer som anlitade 154 (174) fabriker.

Lindex har 30 (30) leverantörer som står för 75 % (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 egen leverantörs- och fabrikslista över det andra ledets fabriker som står för tryck, broderi och tvätt av kläder.



STOCKMANNS LEVERANTÖRSLISTA
(följande uppdatering Q1 2022)
www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista

LINDEX LEVERANTÖRSLISTA
(följande uppdatering Q1 2022)
about.lindex.com/sv/hallbarhet/hur-vi-jobbar/leverantorer-och-fabriker/

DE VIKTIGASTE TILLVERKNINGSLÄNDERNA

STOCKMANNS EGNA MODEMÄRKEN	
Kina	60 %
Bangladesh	13 %
Indien	7 %
EU-länderna (lågskiländer)	6 %
Turkiet	5 %

De fem huvudsakliga regionernas andel: 91 %

STOCKMANNS EGNA HUSHÅLLSPRODUKTER	
EU-länderna (lågskiländer)	57 %
Kina	14 %
Pakistan	10 %
Indien	8 %
Thailand	5 %

De fem huvudsakliga regionernas andel: 94 %

* Beräknat enligt euro per inköp.

LINDEX	
Bangladesh	47 %
Kina	27 %
Turkiet	9 %
Indien	5 %
Sri Lanka	4 %

De fem huvudsakliga regionernas andel: 92 %

* Beräknat baserat på orderantal % per produktionsland (exkl kosmetika)

BEDÖMNING AV LEVERANTÖRERNAS MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER OCH ARBETSVILLKOR



Sammanlagt 94 %, av Stockmannvarumärkenas modeprodukter och 95 % av Lindex mode tillverkas i områden som amfori BSCI klassificerar som högriskländer. Vi är medvetna om att det finns en risk för överträdelser av uppförandekoderna och vi arbetar aktivt för att säkerställa att koderna efterföljs.

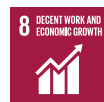
Dessutom, granskar vi möjligheten att bättre integrera mänskliga rättigheter och barns rättigheter i våra bedömningar. Stockmann-koncernen har fastställt principer för mänskliga rättigheter, principerna är godkända av bolagets styrelse. Vid brott mot de mänskliga rättigheterna arbetar vi med leverantören för att rätta till offrets situation.

TEXTILINDUSTRINS 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 Stockmann-koncernens 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 fortloppande 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 slutbearbetning.

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 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 fram till 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 bomullsåkem till tvättmaskinen i hemmet. Lindex mål är att använda vatten på ett hållbart sätt i produktionsprocesserna.

Lindex vill säkerställa att det i odlings- och produktionssamhällena finns tillräckligt med vatten för andra behov, såsom dricksvatten, fiskevatten och bevattning. 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 fabriker och i närliggande samhällen.

År 2020 utförde Lindex en global bedömning av vattenrelaterade risker baserad på fabriker på nivå 1 och 2. Den nya vattenstrategin som offentliggjordes 2021 baserar sig på denna bedömning. En uppdaterad version av verktyget Environmental Assessment, inklusive vattenstrategin, infördes för alla vertikala leverantörer på nivå 1 och de viktigaste leverantörerna på nivå 2. För Lindex alla medarbetare ordnades också grundläggande relaterad utbildning.



År 2020 utförde Lindex en global bedömning av vattenrelaterade risker baserad på fabriker på nivå 1 och 2. Den **nya vattenstrategin som offentliggjordes 2021** baserar sig på denna bedömning.



EN HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ OCH MILJÖLEDNING

Vi bedömer regelbundet vår verksamhets miljökonsekvenser och strävar bland annat efter att minska de negativa miljökonsekvenserna och agera enligt principerna för cirkulär ekonomi. Vi har sökt efter nya metoder för att minska miljöavtrycket av våra förpackningsmaterial och kartlagt nya mer materialeffektiva alternativ.



Stockmann följer gällande miljölagstiftning och vi kräver samma sak av våra partners. Vår hållbarhet baserar sig på CSR-

strategin. Miljöledningen är en del av vår dagliga verksamhet och arbetet koordineras av Kommunikations-, CSR- och IR-avdelningen. Vi ställer specifika miljösmål, definierar indikatorer för uppföljningen av hur målen uppnås och inför lämpliga ledningsmetoder.

Sedan 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. Stockmannkoncernens inköpskontor verkar nära produktionsanläggningarna, och kontoren har gjort ansträngningar för att utvärdera och minimera den skadliga miljöpåverkan som leverantörernas fabriker kan orsaka. Lindex har inget certifierat miljöledningssystem. Däremot har företaget interna miljöriktlinjer, till exempel för energieffektivitet.

HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ

MÅL	PRESTATIONS-INDIKATORER (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi är engagerade i att minska användningen av förpackningsmaterial och deras miljöpåverkan	Minskning av mängden plast i förpackningsmaterial	Efter Q1/2021 har vi inte använt plast för att förpacka nätbutikens kundleveranser. Säkerhetspåsar i plast har ersatts med säkerhetssigill, och förpackningarna av återvunnen plast ersattes redan under 2020 av förpackningar av fibermaterial. Dessutom har vi använt papperstejp i stället för plasttejp sedan 2020. Ett ytterligare mål är att Casa Stockmanns förpackningsmaterial minskar med 50 % fram till 2024.	● Målet uppfyllt
Vi vidtar åtgärder för att minska vår klimatpåverkan	Energieffektivitetsmål: -4 % i Finland (2016–2020), -7,5 % i Finland och Baltikum (2018–2025)	Vi fortsatte att förbättra verksamhetens energieffektivitet. Vi uppnådde energieffektivitetsmålen och förbättrade energieffektiviteten i Finland med över 25 % från 2016 till 2020. I Finland och Baltikum förbättrades energieffektiviteten med 25 % från 2018 till 2021. År 2021 minskade koncernens jämförbara GHG-utsläpp med 27 % (14) och uppgick till 24 700 tCO ₂ e (33 700). Den största andelen av utsläppen, cirka 68 %, kom från produktion av köpt energi, särskilt el (Scope 2). Från och med början av 2020 har Stockmann-divisionen förbundit sig att använda förnybar el i sin distributionscentral. År 2021 var 100 % av den el som Lindex använde förnybar. Andelen certifierad förnybar el som köptes i Stockmannkoncernen år 2021 var 55 % (34 580 MWh, varav Stockmann stod för 11 % och Lindex för 89 %).	● 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 76 % (77). I Baltikum var återvinningsgraden under målsättningen: 46 % (40). Den totala mängden avfall minskade med ca 15 % i Finland och 3 % i Baltikum från året innan.	● Målet uppnåddes delvis

Stockmanns verksamhet i Finland är ISO 14001-certifierad.

ÖKNING AV DEN INTERNA MILJÖMEDVETENHETEN

Varje medarbetares insats behövs för att vi ska nå våra miljösmål. 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. Under redovisningsåret införde vi nättjänsten Pelsu för att sprida säkerhets- och hållbarhetsinformation till alla aktörer på våra varuhus. Via tjänsten är centrala säkerhets- och hållbarhetsdokument lätt tillgängliga även för våra samarbetspartner.



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 energieffektiva

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

Stockmanns Facility Management ansvarar för energiledningen i varuhuset, distributionscentret och stödfunktionerna. Energiförbrukningen övervakas dagligen och åtgärder vidtas för att förbättra effektiviteten och reagera på avvikelser. Under 2021 fortsatte Stockmann att genomföra sitt energi-effektivitetsprogram genom att optimera driftstimmarna i fastighetssystemen samt via ventilations- och belysningskontroll i alla sina lokaler.

Stockmanns distributionscenter i Finland betjänar stockmann.com-nätbutiken 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 guldnivåns 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. I varuhusens elförbrukning prefereras förnybar energi. Under rapporteringsåret ersattes belysningen på första våningen i varuhuset i Jumbo i sin helhet med LED-baserad belysning, och arbetet med att ersätta

belysningen på Helsingforsvaruhuset med LED-lampor fortsatte.

Lindexbutikerna har även fokuserat på att minimera energiförbrukningen och alla butiker följer rutinmässigt 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 2030 jämfört med 2017.

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2021–2019

	2021	2020	2019	Förändring % 2020–2021
DIREKT FÖRBRUKNING				
Uppvärmningsbränsle (MWh)	47	44	41	7,43 %
INDIREKT FÖRBRUKNING				
El (MWh)	62 810	69 221	81 409	–9,26 %
Uppvärmning och nedkylning (MWh)	49 765	48 737	52 052	2,11 %
Vatten (m³)	66 362	77 450	95 875	–14,32 %

Inköpt elförbrukning täcker alla koncernens funktioner. Inköpt energiförbrukning för värme och kyla täcker alla koncernens funktioner, exklusive inköpskontor. Värme- och kyldata för Stockmann baseras på fakturering och data från tjänsteleverantörer. Lindex uppvärmning är uppskattad, uppskattningen har uppdaterats och siffror för 2020 och 2019 omräknade i enlighet med detta. Rapportering om vatten omfattar alla Stockmanns funktioner (exklusive varuhuset i Itis i Helsingfors) och Lindex distributionscenter.



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 2021 omfattar fortfarande Stockmanns och Lindex affärsenheter i alla verksamhetsländer, med undantag för franchiseverksamhet. Stockmanns utsläppsberäkning inkluderar även hyresgästerna på varuhusen. I slutet av 2021 använde Stockmann 71,5 % (74) av den totala uthyrningsbara ytan, och resten användes av hyresgäster.

Stockmann har övervakat och rapporterat sina växthusgasutsläpp på koncernnivå i tio år. Utsläppen presenteras i tabellen Växthusgasutsläpp. Jämförelsesiffrorna för 2018–2021 presenteras för att möjliggöra jämförelse på kort sikt. Ytterligare kommentarer och möjliga förändringar i omfattningen förklaras i tabellen. Beräkningen av utsläpp genomfördes i enlighet med de internationella rapporteringsprinciperna i Greenhouse Gas (GHG) -protokollet.

MINSKNING AV UTSLÄPP RELATERADE TILL TRANSPORTER

Eftersom Stockmannkoncernen bedriver affärsverksamhet i 19 länder, resulterar distribution av varor till butiker och importfrakter i utsläpp, som vi aktivt strävar efter att minska tillsammans med våra samarbetspartner. 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 sjöfrakt har ett betydligt mindre koldioxidavtryck än flygfrakt, prioriteras sjöfrakt. Sedan 2021 har Lindex använt 100 % biobränsle i sjöfrakter.

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 containrarna är fullastade.
4. Vi iakttar den svenska trafikförvaltningens krav avseende bland annat trafiksäkerhet, utsläpp, hastighet samt lagstiftningen.
5. Ca 70 % av de nätbutiksinköp som kunder returneras levereras direkt till Lindex butiker, och skickas inte tillbaka till lager.

MINSKNING AV UTSLÄPP VID AFFÄRS- OCH ARBETSRESOR

Video- och telefonkonferensutrustning utnyttjas vid möten för att minimera resande. Vi tar hänsyn till de utsläpp som orsakas av affärsresor och försöker gynna alternativ med låga

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2021–2019

	tCO ₂ e 2021	tCO ₂ e 2020	tCO ₂ e 2019	Förändring % 2020– 2021	Förändring % 2019– 2020	Kommentarer
DIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 1)	372	559	748	-33 %	-25 %	
Stationär förbränning	114	108	126	5 %	-14 %	
Kylmedel	258	450	622	-43 %	-28 %	Lettland byter köldmedium till CO ₂
INDIREKTA UTSLÄPP FRÅN KÖPT ENERGI (SCOPE 2)	16 874	23 852	28 430	-29 %	-16 %	
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	8 814	15 601	19 674	-44 %	-21 %	Lindex 100% förnybar el Elförbrukningen minskade -10 %
Köpt energi (platsbaserad)	9 495	12 167	15 474	-22 %	-21 %	
Uppvärmning och nedkyllning	8 059	8 251	8 756	-2 %	-6 %	
ÖVRIGA INDIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 3)	7 460	9 294	10 160	-20 %	-9 %	
Intern logistik	1 710	2 062	2 069	-17 %	0 %	
Extern logistik	4 880	6 235	6 641	-22 %	-6 %	Lindex logistik minskar i sjöfrakt
Nätbutikens försändelser till kunderna	373	290	195	28 %	49 %	Siffrorna täcker endast Stockmanns nätbutiksfunktioner. Försändelsernas antal har ökat.
Affärsresor	119	336	792	-65 %	-58 %	Affärsresor minskar på grund av covid
Avfall	378	371	463	2 %	-20 %	
TOTALT	24 705	33 704	39 338	-27 %	-14 %	
UTEBLIVNA UTSLÄPP	333	262	265			
Utsläppsintensitet tCO ₂ e (Scope 1+2)	19,2	30,9	30,4			

Med kolintensitet avses de växthusgasutsläpp som Stockmanns egen verksamhet genererar i förhållande till omsättningen (tCO₂ / €).

Lindex beräkningsmetodik har uppdaterats inklusive värmeförbrukningsuppskattningen (Scope 2), siffror för 2020 och 2019 har räknats om i enlighet med detta.



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-RESULTAT

Stockmannkoncernen rapporterar sina växthusgasutsläpp årligen i den internationella undersökningen Carbon Disclosure Project (CDP). År 2021 var Stockmanns resultat, liksom för de tre föregående åren, fortfarande bra. Betyget var B- (B). Betyget är bättre än det allmänna medeltalet och det regionala medeltalet för Europa. Betyget tyder på att Stockmann har vidtagit åtgärder i klimatfrågor.

CIRKULÄR EKONOMI



Stockmann har identifierat cirkulär ekonomi som ett centralt tema i främjandet av en hållbar affärsverksamhet och strävar därför efter

att agera enligt principerna för cirkulär ekonomi. Vi följer med och undersöker nya lösningar för att förlänga livslängden för 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 fäster uppmärksamhet vid förpackningsmaterialens kvalitet, återvinningsbarhet och volym i syfte att minimera förpackningsmaterialens miljöbelastning. 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 fortsatt att öka informationen om mer hållbara alternativ. Stockmannkoncernen rapporterar användningen av förpackningsmaterial i enlighet med EU:s förpackningsdirektiv.

STOCKMANN

- Under 2021 köpte ca 22 % (21) av våra kunder en kasse och av dessa var 30 % (61)

plastkassar, 70 % (38) papperskassar och 0 % (1) 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 grancellulosa och som kan återvinnas både på varuhusen och i nätbutiken.
- Förpackningsmaterialen, såsom pappkartonger, bubbelplast och förpackningspapper, som används i nätbutiken stockmann.com är delvis tillverkade av återvunnet material.

- I början av 2021 införde Stockmann plastfria förpackningsmaterial i nätbutiksleveranser.
- 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 återvunnet material. Dessutom har Lindex minskat användningen av plast i sin leveranskedja, till exempel genom att minska mängden plast i försändelsema från produktionslandet till distributionscentret.

VÄLGÖRENHET OCH FRÄMJANDE AV ÅTERVINNING MED HJÄLP AV DONATIONER

Stockmanns varuhus och servicefunktioner utför välgörenhetssamarbete för att främja återvinning genom att donera produkter som inte längre säljs, varuprover samt Design Studios produkter och överlopsmaterial till lokala partner, välgörenhetsorganisationer och aktörer inom återvinning. I valet av samarbetspartner beaktas också mindre bemedlade. År 2021 donerade Stockmann kläder och hushållsprodukter till bland annat följande organisationer: Sophie Mannerheimin Turvakoti, Hope ry, FRK, Apuna ry, Vailla vakituista asuntoa ry (VVA ry) och Joulupuu.



AVLOPPSVATTEN OCH AVFALL



Det avfall som uppkommer vid affärsenheternas 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 Finland minskade med ca 15 % (29) under 2021. Materialåtervinningsgraden på varuhusen i Finland var 76 % (77). 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. Det är sällsynt att produkter möglar eller far illa på något annat sätt under transporter. I sådana fall blir produkterna avfall på förhand enligt en fastställd process som Tullen följer upp. Vattenförbrukningen i Stockmanns egen verksamhet är mycket liten. 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 2021–2019, TON

	Stockmann Finland			Stockmann Baltikum			Lindex Sverige			Totalt		
	2021	2020	2019	2021	2020	2019	2021	2020	2019	2021	2020	2019
OFARLIGT AVFALL	1 687	1 981	2 787	559	607	873	1 240	1 164	1 217	3 486	3 752	4 877
Återanvändning / Återvinning	1 278	1 522	2 128	273	245	274	1 121	1 103	1 180	2 672	2 870	3 582
Nyttobruk / Förbränning	410	460	659	286	362	600	119	61	37	815	883	1 296
Uttjänta produkter	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FARLIGT AVFALL	3	3	2	0,2	2	8	0	0	0	3	5	10
Återanvändning / Återvinning	2	1	1	0	0	0	0	0	0	2	1	1
Nyttobruk / Förbränning	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Uttjänta produkter	1	2	1	0	2	8	0	0	0	1	4	9
TOTALT, ton	1 690	1 984	2 789	599	609	881	1 240	1 164	1 217	3 489	3 757	4 887
ÅTERVINNINGSGRAD, %	76	77	76	49	40	31	90	95	97	77	76	73

Siffrorna för Stockmann omfattar alla verksamheter i Finland (exklusive varuhuset i Hagalund) och Baltikum.

Lindex siffror inkluderar information om distributionscentralen (Parti), det förbrända avfallet 2021 inte helt jämförbart med tidigare år.

Siffrorna är inte helt jämförbara mellan länderna.

ANSVARSFULL ARBETSGEMENSKAP

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, 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 dock varit utmanande för Stockmann och våra medarbetare, och covid-19-pandemin som bröt ut våren

2020 medförde ytterligare utmaningar. År 2021 vidtog vi tillfälliga anpassningsåtgärder i olika länder på grund av pandemirelaterade restriktioner. Vi fortsatte omorganiseringen för att förbättra lönsamheten. Samtidigt fokuserade vi starkt på att utveckla kompetensen och kulturen.

I enlighet med Stockmanns strategi, som uppdaterades 2020, fortsatte vi att utveckla vår kundorienterade kultur. Vi stärker ledarskapet, som baserar sig på gemensamma ledningsprinciper, och de värdebaserade medarbetarupplevelserna. Vi införde en gemensam operativ modell för att främja

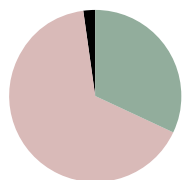
ANSVARSFULL ARBETSGEMENSKAP

MÅL	PRESTATIONS-INDIKATORER (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi ser till att arbetsmiljön är säker och ökar personalens välbefinnande	Olycksfallsfrekvensmål: maximalt 20 per en miljon arbetstimmar #stockmannstaff SCORE-målet fram till 2021 är 53 och Leadership SCORE-målet 74.	Stockmanns olycksfallsfrekvens var 15 (31) olyckor per en miljon arbetstimmar. Vi utredde personalens nöjdhet fyra gånger under 2021 med hjälp av barometern #Stockmannstaff. #Stockmannstaff SCORE för sista kvartalet 2021 var 50 (51) och Leadership SCORE 78 (72)	● Målet uppnåddes delvis
Vi värdesätter jämställdhet och diversitet	Andelen kvinnor och män på olika organisationsnivåer Löneskillnader mellan kvinnor och män	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 företag. Sammanlagt 91 % (90) av medarbetarna, 92 % (92) av de närliggande cheferna och 33 % (40) av ledningsgruppen är kvinnor inom Stockmanndivisionen. Medellönerna för kvinnor och män har närmast sig varandra på alla områden utom på ledningsnivån. År 2022 kommer vi att klassificera de högre tjänstemännens arbetsuppgifter och justera lönerna enligt arbetskraven. Stockmann erbjuder arbete för personer i alla åldersgrupper. Till exempel när det gäller försäljare, vår största medarbetargrupp, är åldersfördelningen mycket jämn: Under 25 år 15 %, 25–34 år 19 %, 35–44 år 19 %, 45–54 år 24 %, över 55 år 23 %	● Målet uppnåddes delvis
Vi stöder personalens professionella utveckling	#Stockmannstaff-personalrespons: målet är 50 före utgången av år 2020 Verkställd PDD-frekvens, målet 100 % år 2021	#stockmannstaff SCORE-resultatet i slutet av 2021 nådde inte målet och var 50 (51). Responsen på ledningen utvecklades däremot fortfarande utmärkt och var 78 (72) i slutet av året. Enligt #Stockmannstaffbarometern hade 81 % av medarbetarna deltagit i ett eller flera resultatsamtal med sin närmaste chef under 2021. (År 2020 hade 59 % av teammedlemmarna diskuterat arbetsmålen med sin närmaste chef under de föregående 6 månaderna, och 55 % hade deltagit i utvecklingssamtal.) Uppfattningen om utvecklingsmöjligheterna har förbättrats avsevärt. Sammanlagt 43 % (35) ansåg att Stockmann erbjuder bra utvecklingsmöjligheter, och 55 % (41) ansåg att de fått tillräckligt med inlärnings- och utvecklingsmöjligheter.	● Målet uppnåddes delvis



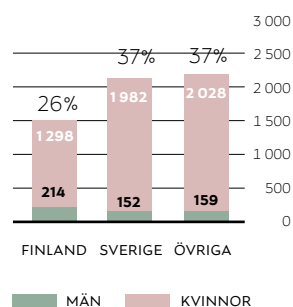
STOCKMANNKONCERNEN

PERSONAL PER ENHET

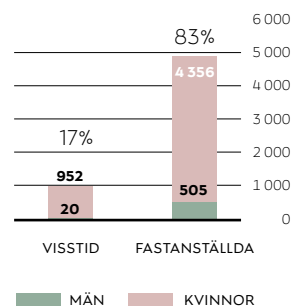


STOCKMANN, 1 725	30 %
INDEX, 3 985	68 %
INKÖPSKONTOR, 123	2 %

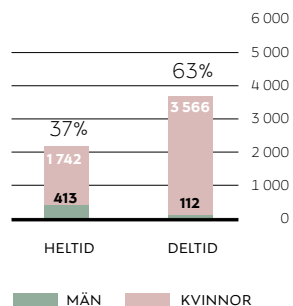
PERSONAL PER LAND



VISSTID / FASTANSTÄLLD



HELTID / DELTID



implementeringen av vår gemensamma kundorienterade strategi och dess effektivitet. Vi utvecklar systematiskt medarbetarnas upplevelser och stärker deras engagemang. Vi fokuserar allt mer på samma mål som teamet Stockmann United.

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. En stor andel av personalen på varuhusen är anställda av Stockmanns hyresgäster, till exempel på restauranger och på partners avdelningar.

Stockmannvaruhusen erbjuder många unga en möjlighet att bekanta sig med verksamheten inom handeln till exempel genom läroanstalters praktikperioder. Sommaren 2021 erbjöd vi 24 unga personer en möjlighet att bekanta sig med arbetslivet via programmet Ansvarfullt sommarjobb. Även antalet praktikanter minskade avsevärt. År 2021 hade vi 214 praktikanter (16).

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 sjukvård, 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 incitamentprogram 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. På Stockmann belönas de anställda med en extra semester för 30 års anställning i bolaget.

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.

Stockmanns vd går regelbundet igenom strategin och det ekonomiska läget på kvartalsvisa personalmöten och andra informations-tillfällen i fråga om aktuella frågor om strategin, prioriteringarna och personalen tillsammans med den övriga ledningen och experterna. Målet är att varje medarbetare deltar i resultat- och utvecklingssamtal (PDD) minst en gång om året. Samtal kan också föras i grupper.

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 2021 fortsatte vi att ordna kvartalsvisa Leadership Day-evenemang för de närmaste cheferna. Syftet med evenemanget är att effektivt implementera strategin och stärka den gemensamma lednings- och verksamhetskulturen över landsgränserna. Vi utnyttjade en medarbetarpanel med intresse för utveckling när vi utvecklade våra karriärrelaterade processer. Samarbetet och transparensen mellan avdelningarna främjades dessutom av Teams, som infördes i hela Stockmann-divisionen 2021.

ORGANISATIONSFRIHET OCH KOLLEKTIVAVTAL

Stockmannkoncernen respekterar de anställdas grundläggande rättigheter, såsom organisationsfrihet och kollektiv förhandlingsrätt. I Finland omfattas cirka 84 % (83) 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 2021 uppbär arbetsgivaren fackföreningsavgift direkt från lönen för 36 % (36) 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 2021 genomfördes fyra #Stockmannstaffbarometrar. 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 och välbefinnande. På grund av den fortsatta osäkerheten under 2021 satsade vi särskilt på framtidsmålen och prioriteringarna samt på en transparent kommunikation.

År 2021 ordnade vi inlärningsmöjligheter tillsammans med personalen utifrån identifierade kompetensområden. De närmaste cheferna ordnade workshoppar i alla länder för att implementera den kundorienterade strategin.

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.

Stockmanns företagshälsovård outsourcades 2021. Syftet med detta var att ge medarbetarna tillgång till mer omfattande och ändamålsenliga tjänster samt bättre möjligheter för kunskapsledning. Den närmaste chefens stöd, en säker arbetsmiljö och möjligheten till näringsrik mat under arbetsdagen anses också ingå i främjandet av arbetsförmågan. Stockmann erbjuder sin personal i Finland möjlighet att ta säsongsinfluensavaccin. Denna möjlighet var mycket uppskattad av personalen.

Stockmann uppdaterade modellen för tidigt ingripande som består av uppföljning och främjande av medarbetarnas arbetsförmåga och hälsa. Samtalet om arbetsförmågan är ett verktyg för nära chefer. I konfidentiella samtal kan chefen och den anställda behandla förändringar i den anställdas arbetsförmåga. Uppföljningen av sjukfrånvaro kräver samarbete mellan den närmaste 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. År 2021 utarbetade vi också en gemensam konfliktlösningsmodell.

LINDEX

Lindex utvecklar den nya strategin Diversity, Equity and Inclusion (DEI) som blir klar under 2022. Före det fokuserar Lindex DEI-strategi på följande fem teman: arbetsförhållanden, löner och arbetsvillkor, rekrytering och befordran, utbildning samt föräldraskap och arbete. Lindex genomför regelbundet en global medarbetarundersökning för att få en översikt över hur företagets anställda upplever sin arbetsplats och företagskulturen. Ytterligare information om undersökningen Employee Engagement finns i Lindex årsredovisning på lindex.com.

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 2021 omfattades alla medarbetare i Finland av företagshälsovården. Företagshälsovården för koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av utlokaliserade tjänster.

UTBILDNING



Systematisk, kontinuerlig utbildning är en del av vår personalpolicy och består av olika webbaserade utbildningar samt

av interna coachningar 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

År 2021 fortsatte Stockmanndivisionen att befästa strategiska nyckelkompetensområden och organisationen. I Finland deltog försäljningspersonalen i så kallade nyckelkompetenscoachningar som bestod av fysisk coachning och ett mobilspe som presenterar Stockmanns tjänster. På grund av covid-19-läget var vi tvungna att skjuta upp



coachningarna i Baltikum till början av 2022. Stockmann erbjöd sin kundservice- och försäljningspersonal också flera digitala och fysiska coachningar för att utveckla försäljnings- och kundservicekompetensen samt kunskap om sortimentet. År 2021 ordnades dessutom workshopparna "En känsla som håller" på Stockmanns alla enheter. De involverade nästa alla 100 nära chefer.

På våren valdes en Känslambassadör i alla Stockmannenheter i Finland, och utbildning i främjande av kundupplevelser ordnades av Feedbackly och resulterade i certifiering. Dessutom deltog 85 nyckelpersoner i fysisk coachning relaterade till det nya analysverktyget för kundresponns

Kunskapsledningen främjades i studiegrupperna Data Driven Decision Making. Två sådana ordnades under 2021. Innehållet i utbildningarna baserade sig på inlärningsplattformen Courseras breda utbud. På grund av det förändrade arbetsläget införde Stockmanndivisionen Teams i alla enheter, och hela personalen erbjöds utbildning i användningen av den i början av året. Utbildningen på specialkompetensområden för expertteamerna har köpts utifrån vid behov. Utbildningarna i säkerhet och förstahjälpen ingår i den regelbundna utbildningen.

Utvecklingen av digital kompetens främjades genom deltagande i TSL:s SkillPlus-coachningar. Under året deltog 53 medarbetare från centrallagret, försäljningen och supportfunktionerna i utbildningarna. Personalen uppmuntrades dessutom att delta i Snellman EDU:s Ketterä oppija-coachningar, som stöder digital arbetslivskompetens.



Vi fortsatte att utveckla Stockmanns digitala inlärningsplattform, som innehåller 11 studiealternativ. Nya funktioner är att man bland annat kan ladda ner egna studieprestationer och kursdiplom. Utbudet av digitala studiemöjligheter ökades genom att erbjuda nytt innehåll för studier på eget initiativ inom digital kompetens och språk. Även centrala samarbetspartner fick tillgång till Stockmanns digitala studiemöjligheter. Under året deltog 1 573 personer i digitala studier.

LINDEX

På Lindex främjas kontinuerlig yrkesmässig utveckling genom flera olika interna kurser och aktiviteter. Därtill erbjuds extern ledarskapsutbildning.

På Lindex inköpskontor 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.

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. Riktlinjerna för kompetensutveckling inom Stockmann finns i dokumentet "Strategic People Development and Resourcing Framework 2021–2023".

STOCKMANN

Stockmann införde en förnyad modell för utvecklings- och målsamtal, Resultatsamtal. Vi uppmuntrar alla medarbetare att utarbeta en personlig kompetensutvecklingsplan som implementeras under året. I samband med resultatsamtalen uppmuntras dessutom var och en att aktivt planera för framtiden: eventuella framsteg i karriären på Stockmann eller vidareutveckling av de nuvarande arbetsuppgifterna.

Stockmann stöder kombinerande av arbete och studier till exempel genom att aktivt erbjuda möjlighet till läroavtalsutbildning. År 2021 slutförde 19 personer examensinriktade utbildningar, medan 30 personer påbörjade sådana studier. Både studerande och arbetsplatshandledare värdesätter praktiskt orienterade läroavtalsutbildningar.

Utvecklingen av kompetensen hos Stockmanns närstående chefer och nyckelpersoner främjades genom bland annat. Leadership Day-möten, månatliga ledningsmöten samt möten relaterade till projekten "En känsla som håller" och "Light up Stockmann Star". Dessutom ordnades pilotprojekt för nya inlärningsmetoder för nyckelpersoner (studiegrupper, coaching).

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. Ömsesidig respekt och efterlevnad av gemensamt fastställda regler är en del av detta. Vid rekrytering är vi föredomsfria 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



PERSONAL ENLIGT ÅLDERSGRUPPER 2021

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	2021	2020	2019	2018
Hela personalen (%)	9/91	10/90	9/91	9/91
Med direktörstitel, koncernen (%)	38/62	40/60	36/64	44/56
Koncernens ledningsgrupp, personer (%)	3/3 (50/50)	3/3 (50/50)	3/2	4/6 (40/60)
Styrelsen, personer (%)	3/4 (43/57)	4/2 (67/33)	5/3	5/3 (63/37)

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

INDEX	2021	2020	2019	2018
Försäljare (timlön)	98	99	98	98
Lageranställda (timlön)	96	96	94	94
Kontorsanställda (månadslön)	95	96	109	94
Högre tjänstemän och personer i ledande befattning (månadslön)	79	78	82	84

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

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. År 2021 uppdaterade vi

konfliktlösningsmodellen tillsammans 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 yrkeskärar, 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.

Löneskillnaderna 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 2021, 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.

I enlighet med den svenska diskrimineringsförordningen bygger Lindex personalpolitik 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

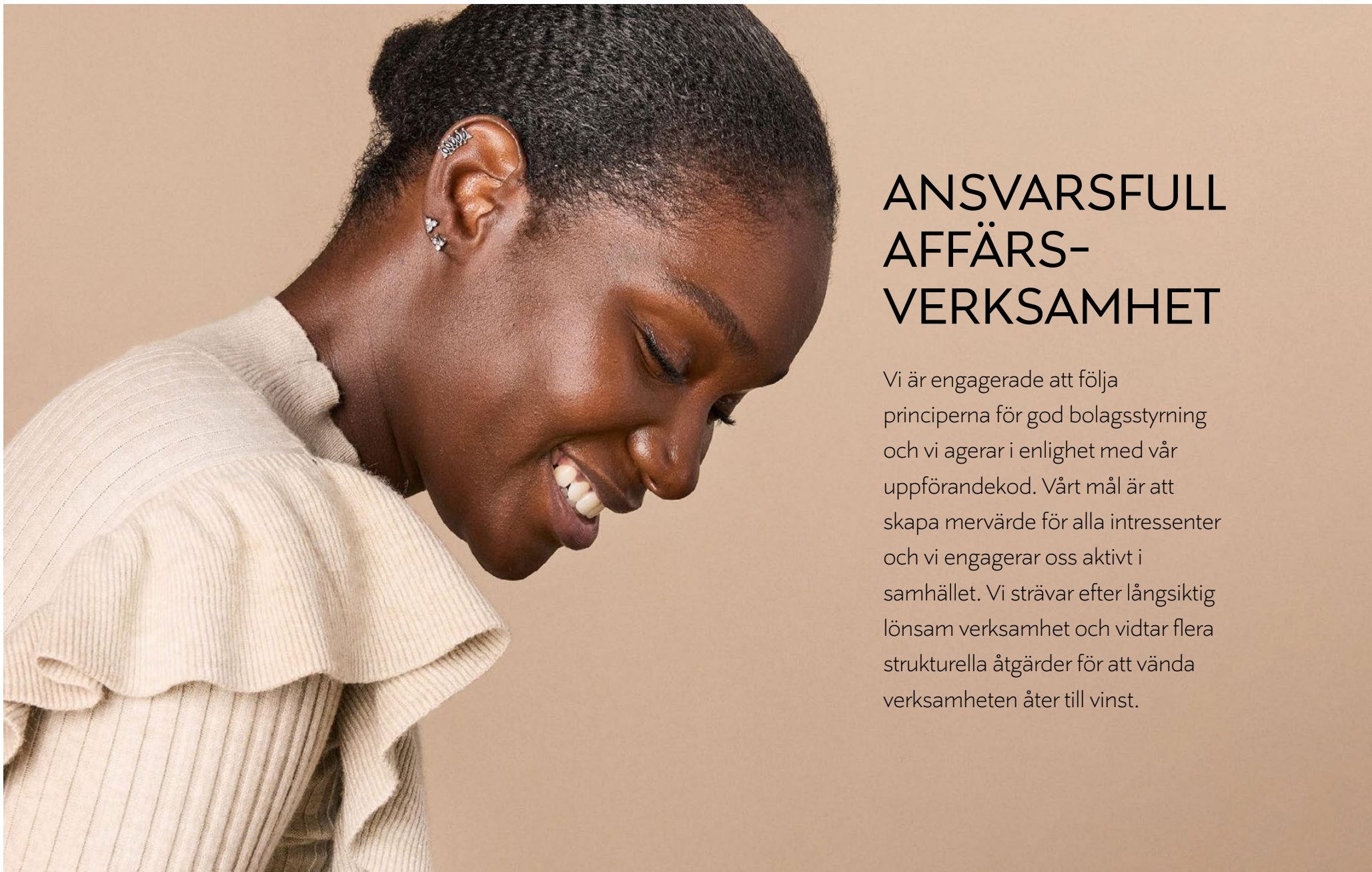
Under rapporteringsåret förekom inga fall av sexuella trakasserier, religiösa eller politiska diskrimineringar inom Stockmannkoncernen.

Inom Stockmannenheten 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

	2021	2020	2019
Antal anställda den 31 december	5 833	5 639	6 914
i Finland (män/kvinnor)	214/1 298	239/1 377	271/1 623
i Sverige (män/kvinnor)	152/1 982	173/1 850	144/2 168
Antal anställda i medeltal	5 649	5 991	7 002
Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda	3 886	3 973	4 891
Personal enligt anställningsförhållande och -kontrakt			
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor)	17 (10/90) / 83 (2/98)	14 (9/91) / 86 (10/90)	20 (4/96) / 80 (10/90)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Finland	7 (8/92) / 93 (15/85)	3 (15/85) / 97 (15/85)	6 (8/92) / 94 (15/85)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Sverige	20 (7/93) / 80 (1/99)	14 (17/83) / 86 (7/93)	23 (4/96) / 77 (7/93)
Andel av heltids-/deltidsanställda av personalen, %	37/63	40/60	34/66
i Finland (män/kvinnor)	39 (25/75) 61 (7/93)	41 (24/76) / 59 (8/92)	41 (23/77) / 59 (8/92)
utomlands (män/kvinnor)	36 (17/83) 64 (2/98)	40 (20/80) / 60 (4/96)	31 (17/83) / 69 (2/98)
Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt, %	17	18	18
i Finland	16	12	17
i Sverige	8	8	8
Nya fastanställda anställdes, %	17	12	16
i Finland	9	6	10
i Sverige	5	4	6
Personalkostnader, milj. euro	194,6	181,9	211,1
Personalkostnader, andel av omsättningen i %	21,6	23,0	22,0
Personalens genomsnittliga ålder	38	39	37
i Finland	42	42	41
i Sverige	40	40	38
Sjukfrånvaro, %	5,1	5,3	4,4
i Finland	4,7	4,1	4,2
i Sverige	5,7	6,2	4,9
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen + på resor till och från arbetsplatsen i Finland, st.	35 + 31	51 + 19	72 + 41
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Sverige, st.	49	225	53
Kostnader för personalutbildning (Stockmann Finland utan direkta lönekostnader), milj. euro	0,1	0,1	0,2

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



ANSVARFULL AFFÄRS- VERKSAMHET

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 intressenter och vi engagerar oss aktivt i samhället. Vi strävar efter långsiktig lönsam verksamhet och vidtar flera strukturella åtgärder för att vända verksamheten åter till vinst.



RESULTATUTVECKLING



Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat för 2021 var 68,3 miljoner euro (-12,3).

Rörelseresultatet förbättrades i

både Lindex och Stockmann. Det rapporterade rörelseresultatet uppgick till 82,1 miljoner euro (-269,6). Stockmann ansökte om företags-sanering våren 2020 på grund av konsekvenserna av coronaviruspandemin, och företagssaneringsprogrammet godkändes 9.2.2021. År 2021 implementerade Stockmann företags-saneringsprogrammet planenligt och informerade transparent om framskridandet på:

www.stockmangroup.com/sv/foretagssaneringsforfarande

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 service-leverantörer.

Stockmann Oyj Abp:s aktier noteras på Nasdaq Helsingfors. Bolaget hade 45 054 (43 656) registrerade aktieägare i slutet av året. Utdelningspolicyn som fastställts av Stockmanns styrelse är att utdela mer än hälften av resultatet för den ordinarie verksamheten. Ingen dividend utbetalades från resultatet 2020 i enlighet med bolagsstämans beslut. Styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen dividend utdelas för räkenskapsperioden 2021.

ANSVARSFULL AFFÄRSVERKSAMHET

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING OCH AKTIVITETER	STATUS
Vi är engagerade att följa principerna för god bolagsstyrning och vi agerar i enlighet med vår uppförandekod	90 % av personalen hade slutfört Stockmanns Uppförandekod-skolning före utgången av år 2020, och 100 % kommer att ha gjort det före utgången av år 2021.	Vi fortsatte implementeringen av nätutbildningen i uppförandekoden i alla verksamhetsländer. Sammanlagt 89 % (76) av Stockmanndivisionens personal i Finland och 100 % (81) av personalen i Lettland hade slutfört utbildningen före utgången av 2021. I Estland ordnas ingen nätutbildning: uppförandekoden implementerades under 2021 på informationsmöten samt genom uppdatering av de lokala anvisningarna så att de stöder den och genomgång av den med varje ny medarbetare.	● Målet uppfylldes inte
Vi tillför ekonomiskt värde till alla våra intressenter	Positivt driftsbidrag (EBITDA)* i slutet av 2021	Koncernens driftsbidrag (EBITDA) var 184,9 (109,6) milj. euro och det justerade driftsbidraget 171,1 (116,9) 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, och bolaget har planenligt implementerat företagssaneringsprogrammet som godkändes i februari 2021. Ytterligare information om företagssaneringen finns på: www.stockmangroup.com/sv/foretagssaneringsforfarande	● Målet uppfyllt
Vår kommunikation är transparent och pålitlig och vi är en aktiv del av samhället	Ansvarfullt företagsmedborgarskap	Vi publicerade integrerade översikter om affärsverksamheterna, finanser, förvaltning, ersättning 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 kartläggningen Eetin Ränkkää Brändi, Finnwatch utredning av varuleverantörer och koldioxidavtryck i högriskländer samt CDP-rankning.	● Målet uppfyllt

* Rörelseresultat före räntor, skatter, avskrivningar och amorteringar



VÄRDESKAPANDE FÖR INTRESSETER

Resurser

PROFESSIONELL
PERSONAL & ORGANISATION

VARUMÄRKE

PRODUKTER

SERVICE VIA FLERA KANALER

FINANSIELLA RESURSER &
FASTIGHETER

NATURTILLGÅNGAR



Påverkan

KUNDER

Omsättning, hyres- och serviceintäkter
och övriga rörelseintäkter

MEDARBETARE

Löner, arvoden och pensionsavgifter

SAMHÄLLE

Övriga socialutgifter och skatter

VARULEVERANTÖRER OCH ÖVRIGA

Kostnader för produkter,
material och tjänster

INVESTERARE OCH AKTIEÄGARE

Finansiella kostnader

VÄLGÖRENHETSSAMARBETE

Som en del av sitt CSR-arbete kan Stockmann göra donationer till icke-vinstdrivande allmännyttiga organisationer som finansierar allmänbildning, kultur, forskning och andra samhällsprojekt i Stockmanns verksamhetsländer. Vägörehetsarbetet styrs av koncernens donationspolicy. Stockmanns affärsenheter kan även stödja 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 2021 var omkring 23 846 euro.
- Stockmanns och Rädda Barnen rf:s välgörehetskampanj genomfördes än en gång på alla Stockmannvaruhus och i nätbutiken. Insamlingen resulterade i en donation på 22 020 euro till Rädda Barnen, och den används bland annat till stöd för läromedel och fritidsintressen samt tillhandahållande av stödfamiljer och -personer.

EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENT

Milj. euro		2021	2020	2019*	2018*	2017*	2016*	2015*	2014*
Skapande av mervärde									
Kunder	Försäljning exkl. moms, övriga rörelseintäkter, finansieringsintäkter	923,5	811,4	961,5	1 026,2	1 060,3	1 177,5	1 435,8	1 606,0
Varuleverantörer och serviceproducenter	Köpta produkter och tjänster, inkl. investeringsnyttigheter och erlagda hyror	-646,3	-613,1	-732,3	-756,9	-790,5	-864,9	-1 147,6	-1 320,4
MERVÄRDE PRODUCERAT AV STOCKMANN		277,2	198,3	229,23	269,3	269,8	312,6	288,3	285,6
Fördelning av mervärde									
Personal	Löner, arvoden och pensionskostnader	-163,4	-153,1	-178,9	-188,6	-201,6	-233,0	-281,9	-315,5
Aktieägare	Dividender	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Finansierare	Finansieringskostnader	-19,6	-45,4	-53,7	-35,3	-31,8	-23,9	-22,1	-23,8
Offentliga sektorn	Övriga socialutgifter, skatter	-38,4	-16,6	-47,1	-37,6	-53,2	-50,1	-54,7	-37,0
UTDELAT TILL INTRESSENTERNA TOTALT		-221,3	-215,1	-279,8	-261,4	-286,7	-307,0	-358,7	-376,3
Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten		55,8	-16,8	-50,6	7,9	-16,9	5,6	-70,4	-90,7

Finansiella intäkter för jämförelseår 2020 har justerats.

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

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



- Dessutom deltog Stockmann i Kotona Asuen Seniorihoivas kampanj Ole Joulupukkina Seniorille (Julgubbe för Senior). Via kampanjen donerades julblommor till ensamma seniorer. Dessutom överraskades sammanlagt 1 770 seniorer med en blomma som Kotona Asuen Seniorihoiva levererade hem till dem.

LINDEX

- Lindex är en av Rosa Bandet-projektets huvudsamarbetspartner. Under kampanjen 2021 samlade Lindex tillsammans med sina kunder 1 067 000 euro för att stödja cancerforskning.
- 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 2021 donerade Lindex 466 000 euro till nytt samarbetsprojekt med WaterAid i Bangladesh och 130 000 euro till ett projekt i Myanmar.
- Dessutom donerade Lindex 50 000 euro till välgörenhet genom insamlingarna Womens Café och School of Hope.



Lindex är en av Rosa Bandet-projektets huvudsamarbetspartner. Under kampanjen 2021 samlade Lindex tillsammans med sina kunder 1 067 000 euro för att stödja cancerforskning.

FÖRVALTNING

De principer som styr verksamheten beskrivs i början av översikten, i stycket ”Vårt tillvägagångssätt”.

ANMÄLNINGSMEKANISMER

Bolaget har i bruk en anmälningsskanal (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. Avvikelse rapporteras till den interna revisionen och till direktören för juridiska ärenden. Under 2021 rapporterades ett fall (inte korruption) via kanalen. Fallet utreddes och nödvändiga åtgärder vidtogs.

CSR-ORGANISATION

STOCKMANN

- År 2020 integrerades Stockmanns CSR-strategi i bolagets affärsstrategi, och därefter har funktionerna och ledningsgruppen ansvarat för genomförandet och uppföljningen av den. Stockmanns ledningsgrupp ansvarar för CSR-strategins mål och prioriteringar. CSR-arbetets framskridande följdes upp halvårsvis av ledningsgruppen. I praktiken sker

uppföljningen i anslutning till respektive funktions operativa verksamhet.

- Dessutom godkänner ledningsgruppen rekommendationer och CSR-projekt som omsätts i praktiken genom de normala ledningssystemen. Stockmanns ledningsgrupp godkänner CSR-strategin och tillsätter vid behov arbetsgrupper för att bereda eller fatta beslut eller ta upp frågor.
- I anslutning till målen och aktuella frågor inom CSR bildas vid behov separata arbetsgrupper som bereder eller genomför de frågor och beslut som ledningsgruppen behandlat. 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 och strategi på Lindex, i linje med strategin på koncernnivå. 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



Stockmannkoncernen 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 klassificering av högriskländer. År 2021 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. Leverantörernas mänskliga rättigheter behandlas i stycket "Utvärdering av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden" samt på koncernens webbplats.

ANTIKORRUPTION OCH KONKURRENSBEGRÄNSANDE BETEENDE



Stockmanns princip är en transparent och ansvarsfull verksamhet. Principerna om antikorrupcion och konkurrensbegränsande beteende ingår i Stockmanns uppförandekod och specificeras ytterligare i Stockmanns antikorrupsionspolicy.

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.

Likaså har Lindex etikpolicy utgjort grunden för att motverka alla former av korruption hos bolaget. Policyn tillämpas i alla verksamhetsländer och alla leverantörer informeras om policyn innan samarbetet med dem börjar. 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.

BEDÖMNING AV KORRUPTIONSRISKER

Koncernens internationella verksamhet innebär utmaningar för kraftfulla åtgärder mot korruption. Antikorrupsionsprinciperna 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 Stockmann-

koncernens samtliga affärsenheter och affärsområden. En väsentlig del av den interna kontrollen utgörs av den interna revisionen, som verkar som en oberoende enhet under verkställande direktören och rapporterar sina iakttagelser till 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 2021 fanns inga och Stockmann informeras 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 det är oklart hur man bör agera. 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 2021 hade 89 % (76) av Stockmann-divisionens personal i Finland och 100 % (81) av personalen i Lettland slutfört utbildningen före utgången av 2021. I Estland ordnas ännu ingen nätutbildning men den blir en del av utbildningspraxis under 2022. Uppförandekoden implementerades under 2021 på informationsmöten samt genom uppdatering av de lokala anvisningarna så att de stöder den och genomgång av den med varje ny medarbetare. Vårt mål är att 100 % av koncernens medarbetare slutför utbildningen i alla länder.





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 (14-25)	
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 (14-25), GRI 102-6	
102-5	Ägarstruktur och bolagsform	Affärsrapporten "År 2021", Ekonomisk översikt 2021	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.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 2021"	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
102-8	Information om personalen och övriga medarbetare	Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39)	
102-9	Leverantörskedja	Inspiration för ansvarsfulla val (14-25)	
102-10	Betydande förändringar i organisationen och dess leverantörskedja	Ekonomisk översikt / Styrelsens verksamhetsberättelse, Inspiration för ansvarsfulla val (14-25), GRI-standardindex	Inga större förändringar. Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
102-11	Tillämpning av försiktighetsprincipen	Bokslut, Styrelsens verksamhetsberättelse, Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
102-12	Externa initiativ	Vårt tillvägagångssätt (8-13), Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	
102-13	Medlemskap i organisationer och intresseorganisationer	stockmanngroup.com	www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer
Strategi			
102-14	Uttalande av VD	Affärsrapporten "År 2021"	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
102-15	Väsentliga inverkningar, risker och möjligheter	Ekonomisk översikt 2021, Vårt tillvägagångssätt (8-13), Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
Affärsverksamhetens etik			
102-16	Värden, principer, normer och standarder	Vårt tillvägagångssätt (8-13), Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	
102-17	Mekanismer för råd och kommunikation avseende etik	Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	Bolaget har en whistleblowing-kanal som underhålls av en extern leverantör. Anmälningsskanalen med instruktioner finns på adressen www.stockmanngroup.com/sv/uppförandekod
Styrning			
102-18	Styrningsstruktur	Förvaltningsöversikt, Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
102-21	Konsultering i samråd med intressenter beträffande finansiella, sociala och miljöteman	Rapporteringsprinciper och väsentlighet (12), Intressentengagemang (13)	
102-22	Styrelsens och kommittéernas sammansättning	Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
102-23	Styrelseordförandens position	Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
102-24	Urvalsprocess för styrelse	Förvaltningsöversikt	Alla årliga rapporter finns tillgängliga på ar2021.stockmanngroup.com
Intressentrelationer			
102-40	Förteckning över intressentgrupper	Intressentengagemang (13)	
102-41	Kollektivavtal	Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39)	
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 ar2021.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 2021.
102-51	Datum för publicering av senaste redovisning	GRI-standardindex	Den tidigare rapporten, som täcker året 2019, publicerades den 22 februari 2021.
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 (40-44)	
103-3	Bedömning av ledningsmetodens effekt	Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39), Hållbar shoppingmiljö (26-31)	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 (40-44), Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39)	
204	Inköpsprinciper		
204-1	Andel av inköp till lokala leverantörer	Inspiration för ansvarsfulla val (14-25)	Delvis rapporterad. En leverantör- 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/



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
205	Antikorruption		
205-2	Kommunikation och utbildning om policyer och procedurer avseende korruption	Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	
205-3	Fastställda fall av mutor och korruption samt åtgärder i anslutning till dessa	Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	
206	Konkurrensbegränsande beteende		
206-1	Totalt antal juridiska åtgärder gällande konkurrensbegränsande beteende, antitrust- och monopol-verksamhet samt deras utfall	Ansvarsfull affärsverksamhet (40-44)	År 2021 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 (26-31)	Denna aspekt har bedömts som väsentlig, men beräkningsmodellen för nyckeltalet är inte lämpligt för Stockmanns verksamhet. Delarna "Ansvarsfull shoppingmiljö" (26-31) ger information om lösningar för förpackningsmaterial och bärkassar som stöder den cirkulära ekonomin.
302	Energi		
302-1	Energianvändning inom organisationen	Hållbar shoppingmiljö (26-31)	
302-2	Energianvändning utanför organisationen	Hållbar shoppingmiljö (26-31)	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 (26-31)	
305	Utsläpp		
305-1	Direkta växthusgasutsläpp (Scope 1)	Hållbar shoppingmiljö (26-31)	
305-2	Indirekta växthusgasutsläpp (Scope 2)	Hållbar shoppingmiljö (26-31)	
305-3	Andra indirekta växthusgasutsläpp (Scope 3)	Hållbar shoppingmiljö (26-31)	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 (26-31)	
Sociala effekter			
401	Sysselsättning		
401-1	Antal och andel nyanställda totalt samt personalomsättning	Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39)	Rapporterades inte per kön, ålder eller område.
401-2	Anställningsförmåner för heltidsanställd personal, vilka inte erbjuds till tidsbunden eller deltidsanställd personal	Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39)	
402	Relationer mellan personal och ledning		
402-1	Kortaste uppsägningstider avseende verksamhetsförändringar, inklusive omdessa 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.
403	Företagshälsovård och säkerhet i arbetet		
403-3	Arbetshälsovård	Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39)	
403-9	Arbetsrelaterade skador	Ansvarsfull arbetsgemenskap (32-39)	År 2021 förekom inga dödsfall på grund av arbetsolyckor eller allvarliga arbetsolyckor.



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
404	Utbildning och personalutveckling		
404-1	Utbildningstimmar per år i medeltal per anställd	Ansvasfull arbetsgemenskap (32-39)	Delvis rapporterad.
404-3	Antalet av anställda som har regelbundetutvärderings- och karriärutvecklingssamtal	Ansvasfull arbetsgemenskap (32-39)	
405	Mångfald och jämställdhet		
405-1	Mångfald inom ledningsorganen och bland anställda	Ansvasfull arbetsgemenskap (32-39)	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 (32-39)	
406	Icke-diskriminering		
406-1	Totalt antal diskrimineringsfall ochkorrigerande åtgärder som vidtagits	Ansvasfull arbetsgemenskap (32-39)	
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 (32-39), Inspiration for responsible choices (26-31)	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 försörjningskedjanövervakas genom egna granskningar och de görs av en tredje part.
412	Bedömning av mänskliga rättigheter		
412-1	Antal av verksamheter som har varit föremål förgranskningar av mänskliga rättighetereller konsekvensbedömningar	Ansvasfull affärsverksamhet (40-44)	
412-2	Personalens utbildning kring mänskliga rättigheter	Ansvasfull affärsverksamhet (40-44)	
414	Social utvärdering av leverantörer		
414-1	Nya leverantörer som bedömdes enligt kriterierangående socialt ansvar	Inspiration för ansvarsfulla val (14-25)	
414-2	Negativa sociala konsekvenser i leveranskedjan och vidtagna åtgärder	Inspiration för ansvarsfulla val (14-25)	
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 (14-25)	
417	Marknadskommunikation och produktinformation		
417-2	Produkt- och serviceinformation och märkning överträdelser av relevanta bestämmelser	Inspiration för ansvarsfulla val (14-25)	
417-3	Incidenter av bristande efterlevnad avseendemarkands-föringskommunikation	Inspiration för ansvarsfulla val (14-25)	
418	Kundens integritet		
418-1	Det totala antalet motiverade klagomål gällandekundsekretess och förlust av kunddata	Inspiration för ansvarsfulla val (14-25)	

Nyckeltalversioner: 303: Vatten och utsläpp samt 403: Företagshälsövård och säkerhet i arbetet: version 2018. Alla övriga nyckeltal: version 2016.

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