

CSR-RAPPORT 2013

 STOCKMANN

LIND&X Seppälä

INNEHÅLL

Vi har förbundit oss att jobba för en hållbar utveckling och vi erbjuder våra kunder ansvarsfulla köpupplevelser. Vi kan beakta ansvarssynpunkter genom hela värdekedjan via tätt samarbete med våra samarbetspartners.

8

Ledning av samhällsansvar, strategi och mål

Samhällsansvarsstrategin stöder affärsverksamhetens mål och ansvarsarbetet styrs som en del av affärsverksamheten. Strategin, målen och prioriteringarna inom ansvarsarbetet för år 2014 finns fr.o.m. sidan 8.

13

Varifrån kommer våra modeprodukter?

Ansvar är ett av våra grundvärden. Ett ansvarsfullt sätt att fungera exponerar vårt grundvärde varje dag. Vardagliga exempel, såsom en redogörelse för modeprodukternas färd till butken, finns fr.o.m. sidan 13.

18

GRI-nyckeltalen

I rapporten för år 2013 har GRI-nyckeltalen separerats till en egen del. Nyckeltalen finns fr.o.m. sidan 18.

ÅR 2013 I KORTHET

- 3** Rapporteringsprinciper
- 4** Verkställande direktörens översikt
- 5** Ansvarsarbetet i siffror
- 6** Stockmann år 2013
- 7** Nyckeltal och utmärkelser

INTRODUKTION TILL ANSVARSFULL VERKSAMHET

- 8** Strategi och mål
- 10** Fokusområden år 2014
- 11** Ansvarsarbetet inom modets värdekedja
- 12** Samarbete med intressentgrupper

ANSVARET I VARDAGEN

- 13** Anställd inom Stockmannkoncernen
- 14** Varifrån kommer våra modeprodukter?
- 15** Återvinning och internationella miljöprojekt
- 16** Milstolpar inom miljöansvar under 2000-talet

GRI-INNEHÅLLSJÄMFÖRELSE OCH NYCKELTAL

- 17** GRI-innehållsjämförelse
- 18** Ledning av socialt ansvar och nyckeltal
- 24** Ledning av miljöansvar och nyckeltal
- 28** Stockmannkoncernens koldioxidavtryck
- 29** Ledning av ekonomiskt ansvar och nyckeltal

KONTAKTUPPGIFTER

- 31** Kontakta oss



RAPPORTERINGSPRINCIPER

Denna rapport handlar om fokusområden för Stockmannkoncernens ansvarsarbete och resultaten från arbetet. CSR-rapporten är avsedd för centrala intressentgrupper (sid 12) och innehåller information som sammanställts för räkenskapsperioden 1.1–31.12.2013.

CSR-rapporten för år 2013 täcker Stockmannkoncernens alla egna verksamheter: två affärsenheter (varuhusgruppen och modekedjorna) i 15 verksamhetsländer, koncernadministrationens funktioner i Finland och inköpskontoren i fem länder i Asien. Rapporten omfattar inte Lindex 35 franchisebutiker (i slutet av år 2013) i sex länder under ledning av fyra partners. En del av nyckeltalen gällande miljön och personalen rapporteras endast för Finland, vars andel var 48 procent av omsättningen och 46 procent av personalen år 2013. Avvikande begränsningar samt mättnings- och beräkningsprinciper anges i samband med respektive nyckeltal. Vårt mål är att så småningom göra rapporteringen mer heltäckande vad gäller dessa nyckeltal.

RAPPORTERINGENS REFERENS RAM

Som rapportens referensram används Global Reporting Initiative (GRI) G3-rapporteringsdirektivet. Rapporten iakttar GRI-beräkningsprinciper till tillämpliga delar. GRI-nyckeltalen har valts ut på väsentlighetsbasis (sid 9). Nyckeltalen har differentierats till en egen del i rapporten, de finns tillgängliga fr.o.m. sidan 18. En noggrannare jämförelse och GRI:s nyckeltalsindex återfinns på bolagets webbplats.

CSR-rapporten för år 2013 är koncernens femte samhällsansvarsrapport som publicerats separat från bolagets årsberättelse. Den förra rapporten som täckte räkenskapsperioden 2012 utgavs i april 2013. Alla CSR-rapporter på koncernnivå kan läsas på finska, svenska och engelska på adressen stockmanngroup.com. Av koncernens modekedjor publicerar Lindex också utförligare uppgifter om sitt samhällsansvar på sin hemsida lindex.com.

Enligt Stockmanns egen bedömning uppfyller denna rapport till sin omfattning kraven på GRI-direktivens C-nivå. PricewaterhouseCoopers Oy har fungerat som rådgivare vid beräkningen av koldioxidfotavtrycket på koncernnivå. Nyckeltalen beträffande ekonomiskt ansvar har granskats i samband med revisionen av koncernens bokslut som utfördes i alla länder av revisionsfirmen KPMG. Hela rapporten har inte genomgått en utomstående granskning.

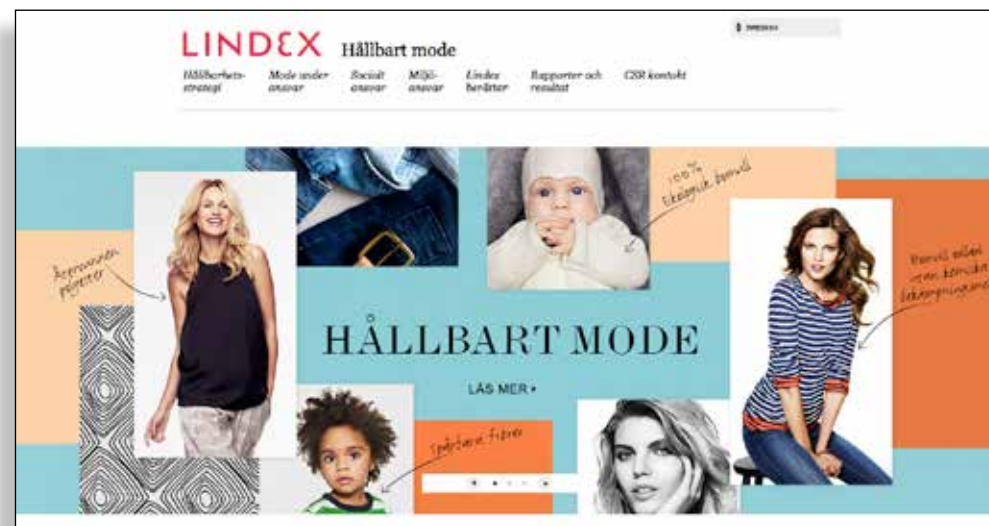
GLOBAL COMPACT OCH COMMUNICATION ON PROGRESS (COP)

Vi stöder FN:s Global Compact-initiativ. Stockmann främjar enligt Global Compact-initiativet mänskliga rättigheter, rättigheter inom arbetslivet, miljöarbete och motarbetning av korruption. CSR-rapporten för år 2013 är samtidigt Stockmannkoncernens tredje COP-rapport.

 **Samhällsansvarsrapporter och årsberättelser:**
stockmanngroup.com



Koncernens ekonomiska nyckeltal har publicerats i årsberättelsen för år 2013.



VERKSTÄLLANDE DIREKTÖRENS ÖVERSIKT: ANSVAR INNEBÄR FÖRUTSEENDE OCH GÄRNINGAR

År 2013 var utmanande på våra huvudmarknader i Finland och Ryssland, men rapportåret omfattar även framgångar och siffror vi kan vara stolta över. I denna CSR-rapport har vi sammanställt årets höjdpunkter inom ansvarsarbetet, redovisar viktiga nyckeltal samt riktar blicken mot framtiden och våra fokusområden för år 2014.

Stockmanns vision är att vara föregångare inom detaljhandeln. Detta synliggörs i vårt ansvarsarbete i form av förutseende och praktiska handlingar. Genom att vara förutseende försöker vi till exempel hantera de risker som förknippas med vår egen verksamhet och vår leveranskedja. Koncernens gemensamma uppförandekod (Code of Conduct) som godkändes år 2013 tillsammans med övriga riktlinjer och överenskommelser ger våra anställda och leverantörer en handledning i ansvarsfull verksamhet i vardagen.

Våren 2013 förband sig Stockmann till ett avtal om att förbättra brand- och byggnadssäkerheten (The Accord on Fire and Building Safety) i Bangladesh. Syftet med avtalet är att förbättra arbetssäkerheten för anställda inom textilindustrin och det kompletterar Stockmanns långsiktiga arbete för att säkerställa en ansvarsfull leveranskedja. Vårt samarbete med varuleverantörer i andra inköpsländer intensifierades också. Vi svarar på våra kunders önskemål om att få mer information om produkternas tillverkningsländer, och på bolagets webbplats har vi publicerat en lista på vilka fabriker Stockmann och Lindex huvudsakligen använder sig av. Seppälä publicerar sin lista senare under år 2014.

STOCKMANN ÄR EN FÖREGÅNGARE

Inom varuhusgruppen har ISO 14001-ledningssystemet använts i Finland under mer än tio år och separata miljöanvisningar har utarbetats för våra inköpskontor. Vi utvecklar ständigt vår beräkning av koldioxidavtrycket, i år förverkligade vi beräkningen centraliserat för hela koncernen. Vi erbjuder våra kunder en möjlighet till ansvarsfulla gärningar genom vårt breda produktsortiment.

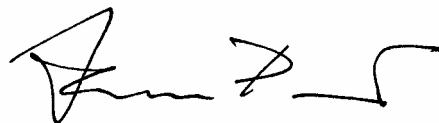
Vårt mål är även att göra vinst och producera mervärde för alla våra intressentgrupper. Stockmanns resultat för år 2013 uppnådde inte målet och på grund av de stora förändringarna inom handelsbranschen har vi inte kunnat undvika personalminskningar. För att trygga en konkurrenskraftig framtida verksamhet inledde Stockmann våren 2013 ett kostnadsinbesparingsprogram och kommer att genomföra strukturella reformer under år 2014. Vårt mål är att trots ett svårt marknadsläge sköta om välbefinnandet och kompetensen hos vår personal, i syfte att även i framtiden överträffa kundernas förväntningar.

SAMHÄLLSANSVAR KRÄVER SAMARBETE

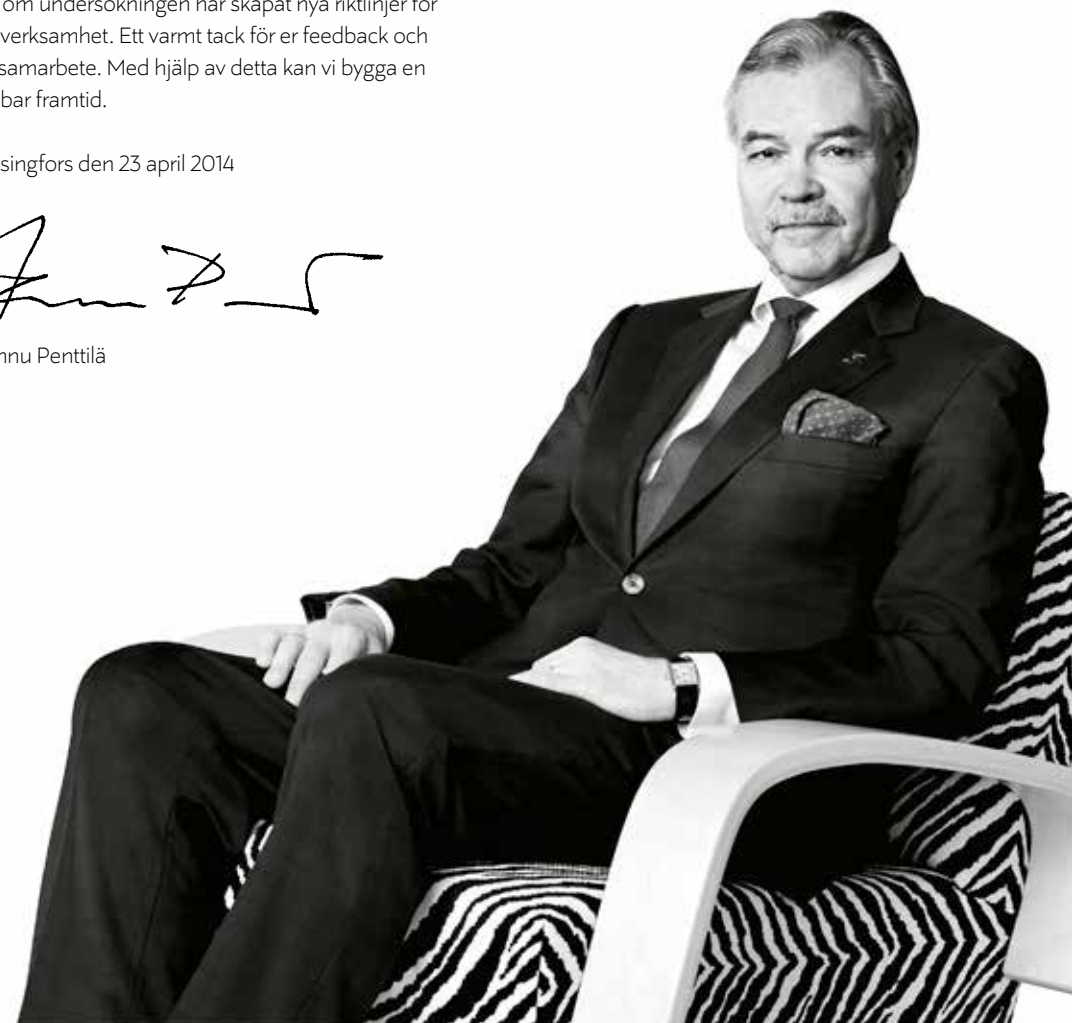
En ansvarsfull företagsverksamhet förutsätter goda, pålitliga samarbetspartner i varje led i värdekedjan. Samtidigt krävs kontinuerlig uppföljning av verksamhetsmiljön och utveckling av verksamhetssätten. För att förbättra vårt samhällsansvarsarbete genomförde vi år 2013 en undersökning bland våra

intressentgrupper. Över 500 av våra stamkunder deltog i undersökningen. Dessutom intervjuade vi aktieägare, partner och representanter för andra väsentliga intressentgrupper. Den respons som vi fått om undersökningen har skapat nya riktlinjer för vår verksamhet. Ett varmt tack för er feedback och ert samarbete. Med hjälp av detta kan vi bygga en hållbar framtid.

Helsingfors den 23 april 2014



Hannu Penttilä



ANSVARARBETET I SIFFROR

8,7

MILJONER STAMKUNDER

Vi erbjuder våra kunder värdefulla förmåner via stamkundsprogrammen Stockmann, Hobby Hall, Seppälä-klubben och More at Lindex.

AV DE CIRKA

60 000

aktieägarna är många även stamkunder. Stockmann har haft stamkundsoptionsprogram sedan år 1999.

Stockmann sysselsatte nästan

15 000

personer i sammanlagt 15 länder. Mest personal fanns i Finland, Ryssland och Sverige.

Inom leveranskedjan för Stockmanns egna modemärken genomfördes

378

fabriksrevisioner. Av dessa var 186 externa BSCI-revisioner och 171 egna revisioner. Dessutom utfördes 21 elinspektioner inom fabriker som vi anlitar i Bangladesh.

Varunhusverksamheterna i Finland anslöt sig till handels

ENERGI-EFFEKTIVITETSAVTAL.

Stockmann har som mål att innan utgången av år 2016 spara 9 procent av energislutanvändningen från år 2005.

VI KÄLLSORTERAR NOGGRANT

Sorteringsgraden i varuhusen i Finland är 95 %. Varuhusen i Finland överträffade sitt ambitiösa mål med ett resultat på

96,2 %

Lindex var en föregångare inom koncernen när bolaget publicerade en **lista över leverantörer och fabriker** på sin webbplats. År 2013 påbörjade Stockmann en kartläggning i syfte att offentliggöra en lista över fabriker, vilken publicerades på bolagets webbplats den

29 april 2014.

Seppälä publicerar sin egen lista senare under år 2014.

FLER HÅLLBARA MATERIAL I MODEPRODUKTER

I oktober utökade Lindex sitt produkt-erbjudande och lanserade för män



KOLLEKTIONEN LXM

Kollektionens produkter är till 95 procent tillverkade av hållbara material. Under rapportåret fanns det över 12 miljoner produkter tillverkade av ekologisk bomull, återvunna fibrer eller Tencel-fibrer eller Better Cotton-bomull till försäljning.

Stockmannkoncernen har förbundit sig till att förbättra fabriks säkerheten i Bangladesh. Stockmann anslöt sig i maj 2013 som det enda finländska företaget till ett avtal om brand- och fabriks säkerhet, THE ACCORD ON FIRE AND BUILDING SAFETY IN

BANGLADESH

Målet är att utveckla säkra arbetsförhållanden för anställda i textilindustrin och göra övervakningen systematisk. Flera aktörer i handelsbranschen medverkar i avtalet. Avtalet har utarbetats på initiativ av de internationella fackliga takorganisationerna IndustryALL och UNI Global Union, över 150 aktörer från 20 länder deltar.



Läs mer om vårt ansvarsarbete:
stockmanngroup.com/csr

STOCKMANN ÅR 2013

Stockmann är ett finländskt börsbolag inom detaljhandel som grundades år 1862. Stockmannkoncernens affärsenheter är varuhusgruppen och modekedjorna. Koncernen har verksamhet i 21 länder.



Stockmannkoncernens omsättning år 2013 uppgick till 2 037,1 miljoner euro och rörelsevinsten minskade till 54,4 miljoner euro. Resultatet per aktie var 0,67 euro. Vid utgången av år 2013 hade koncernen 15 441 anställda.

Stockmann Oyj Abp:s aktie noteras på NASDAQ OMX Helsingfors börs. Antalet aktieägare uppgick till 59 475 i slutet av år 2013. Stockmanns styrelse har fastställt målsättningen att över hälften av vinsten från den ordinarie affärsverksamheten ska utbetalas i dividend. För år 2013 utbetalades 0,40 euro per aktie i dividend dvs. 59,5 procent av resultatet.

Stockmannkoncernen har verksamhet i 21 länder med 16 varuhus, cirka 700 modebutiker och fem nätbutiker. Därtill har koncernen sex inköpskontor i fem asiatiska länder. Moderbolagets huvudkontor ligger i Helsingfors.

 Närmare information om bolagets ekonomiska nyckeltal: stockmanngroup.com.

VARUHUSGRUPPEN

Omsättning: 1 232,6 miljoner euro
Personal i medeltal: 8 469

STOCKMANN: More than I expected – Mer än jag förväntade mig

Erbjuder ett unikt brett och högklassigt sortiment av internationella märkesprodukter samt utomordentlig kundservice i en modern och inspirerande shoppingmiljö.

16

varuhus i fyra länder, 12 Stockmann Beauty-butiker, köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg, en outletbutik och en Hobby Hall-butik. Dessutom tre nätbutiker i Finland: stockmann.com, akateeminen.com, hobbyhall.fi

MODEKEDJORNA

Omsättning: 805,2 miljoner euro
Personal i medeltal: 6 357

LINDEX: Modeupplevelse i världsklass

Erbjuder inspirerande och prisvärt mode, sortimentet omfattar flera olika koncept inom damherr- och barnkläder, underkläder och kosmetik.

479

butiker i 16 länder. Dessutom nätbutiken lindex.com för samtliga EU-länder och i Norge.

SEPPÄLÄ: En tuff utmanare inom den internationella modehandeln

Erbjuder ett brett urval av internationellt mode för damer, herrar och barn.

209

butiker i fem länder. Dessutom nätbutiken seppala.fi i Finland.

INKÖPSKONTOR

Stockmannkoncernens inköpskontor ligger i Bangladesh, Indien, Kina, Pakistan och Turkiet. De köper in mode för Lindex, Seppälä och varuhusgruppens egna modemärken av ett nätverk som omfattar cirka 200 leverantörer och cirka 360 fabriker. Vid utgången av år 2013 arbetade cirka 150 personer på inköpskontoren.



NYCKELTAL OCH UTMÄRKELSER

Stockmann har en stadig ställning inom den internationella varuhus- och modehandeln. Koncernen har 16 varuhus och ca 700 modebutiker i 16 länder. År 2013 såldes mode för cirka 1,4 miljarder euro.

Länder med butiker: ① Finland, ② Ryssland, ③ Estland, ④ Lettland, ⑤ Sverige, ⑥ Norge, ⑦ Litauen, ⑧ Polen, ⑨ Tjeckien, ⑩ Slovakien, ⑪ Island, ⑫ Kroatien, ⑬ Bosnien-Hercegovina, ⑭ Serbien, ⑮ Saudiarabien, ⑯ Förenade Arabemiraten.



UTMÄRKELSER

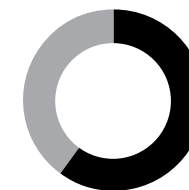
- Fasadbelysningen i varuhuset i Helsingfors centrum vann utebelysningskategorin i tävlingen för årets belysningsobjekt 2013 i Finland.
- Lindex belönades med det ansedda Årets Modekedja-priset på Habit Modégalan i Stockholm.
- Stockmann värderades som företaget med det näst bästa anseendet inom handelsbranschen i Finland i en undersökning om företagets anseende och ansvar, som genomfördes av TNS Gallup år 2013.
- Seppälä belönades med tidningen Cosmopolitans Bloggers' choice-pris.
- På Vertaa.fi Web Awards galan belönades årets bästa nätbutiker i åtta olika kategorier. Stockmann-nätbutiken tog andra plats i modekategorin och Hobby Halls nätbutik var tredje i kategorin för onlinevaruhus.
- Stockmann uppnådde sjätte plats i konsult- och undersökningsföretaget Universums undersökning om Finlands populäraste arbetsplatser bland studerande inom handelsbranschen.
- I Retail lab Helsinki Oy:s undersökning om kvaliteten i kundupplevelsen uppnådde Stockmann en placering i Top 10, med en åttonde plats.

OMSÄTTNING PER MARKNADSOMRÅDE 2013



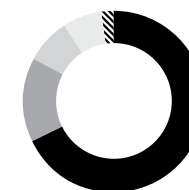
- 48 % Finland
- 27 % Sverige och Norge
- 17 % Ryssland
- 8 % Baltikum och Centraleuropa

OMSÄTTNING PER ENHET 2013



- 60 % Varhusgruppen
- 40 % Modekedjorna

OMSÄTTNING PER VARUOMRÅDE 2013



- 68 % Mode och kosmetik
- 15 % Livsmedel
- 8 % Fritid och hobby
- 7 % Hem
- 2 % Böcker, tidningar och papper

STRATEGI OCH MÅL: MOT EN MER HÅLLBAR FRAMTID

Förbindelsen till en ansvarsfull affärsverksamhet är en del av Stockmanns värderingar och ingår i vårt dagliga arbete. Ansvarsarbetet vid Stockmann styrs av koncernens strategi och policy för samhällsansvar, av verksamhetsländernas nationella lagar och bestämmelser samt av internationella avtal och rekommendationer, av vilka den viktigaste är åtagandet till FN:s Global Compact-principer. Koncernens gemensamma uppförandekod (Code of Conduct) som fastställdes av Stockmanns styrelse år 2013 samt övriga riktlinjer vägleder våra anställda och leverantörer. I leveranskedjan iaktas bolagets uppförandekod Supplier Code of Conduct, som bygger på principerna för Business Social Compliance Initiative (BSCI).

Strategin för samhällsansvar, som godkändes år 2011, stöder affärsverksamhetens mål. Vi beaktar miljökonsekvenserna och våra intressentgrupper samtidigt som vi arbetar för att förbättra affärsverksamhetens lönsamhet och produktivitet. Målen för Stockmannkoncernens samhällsansvar indelas i följande delområden: People (socialt ansvar), Planet (miljöansvar) och Profit (ekonomiskt ansvar). Dessa mål utsträcker sig också till värdekedjan. Ansvarsfrågor beaktas såväl inom inköp av produkter och planeringen som i leveranskedjan och i butiksfunktionerna. Vi erbjuder våra kunder ansvarsfulla köppplevelser och möjlighet att göra en god gärning tillsammans med oss genom olika kommersiella välgörenhetskampanjer. I vår verksamhet deltar vi i återvinningssystemet för produkter och förpackningar som vi säljer och uppmuntrar också våra kunder att återvinna.

Stockmanns vision är att vara föregångare inom detaljhandeln. I vårt samhällsansvarsarbete syns detta som en förbindelse att arbeta för en hållbar framtid. I vardagen syns visionen och målet för vårt samhällsansvar i form av flera ansvarsrelaterade åtgärder och i form av ett aktivt samarbete med våra samarbetspartner; tillsammans utvecklar vi ansvaret och verksamhetsmetoderna i hela branschen.

ANSVARSARBETET LEDS SOM EN DEL AV AFFÄRSVERKSAMHETEN

En styrgrupp för samhällsansvar står för genomförandet av samhällsansvaret i Stockmannkoncernen och för utvecklingsarbetet och uppföljningen i anslutning till detta. Styrgruppens ordförande är varuhusgruppens direktör, som också är koncernens vice verkställande direktör *Maisa Romanainen*. Styrgruppen för samhällsansvar fastställer verksamhetssätten på koncernnivå samt ställer upp målen för ansvarsarbetet och definierar de åtgärder som omsätts i praktiken genom de normala ledningssystemen. I anslutning till målen och de aktuella frågorna inom samhällsansvaret bildas separata arbetsgrupper som bereder eller genomför de frågor och beslut som styrgruppen behandlar. Affärsenheterna beaktar målen på koncernnivå i sin egen verksamhet och jämför regelbundet sina egna prestationer med dem.

Under 2013 överfördes ansvaret för ledningen av samhällsansvaret till kommunikationsdirektören och koncernens kommunikationsenhet. I enheten arbetar en samhällsansvarsexpert som samordnar planeringen och utvecklandet av det praktiska

ansvarsarbetet. Med hjälp av olika arbetsgrupper och utbildningar erbjuds anställda möjlighet att delta i utvecklingen av bolagets och enheternas ansvarsarbete.

Stockmannkoncernen redogör öppet och regelbundet för sin ansvarsverksamhet i sin årliga CSR-rapport och i Carbon Disclosure Project (CDP)-rapporten som gäller hanteringen av klimat-

förändringen. CSR-rapporten är den operativa ledningens översikt över ansvarsarbetet. Information om ansvarsarbetet ges också på bolagets webbplats på adressen stockmanngroup.com. Koncernens ekonomiska nyckeltal och mål rapporteras i årsberättelsen, som publicerades i februari 2014.

Stockmanns styrelse behandlade ansvarsfrågor inom leveranskedjan på sitt möte i Turkiet i september 2013. I detta sammanhang besökte styrelsen en leverantörs klädfabrik och bekantade sig med kontrollarbetet vid fabrikerna. Vid bordet från vänster styrelseordförande Christoffer Taxell, verkställande direktör Hannu Penttilä, styrelsemedlem Dag Wallgren och direktör med ansvar för inköpskontoren Elisabeth Hedberg.



VI PRIORITERAR TYNGDPUNKTER I ANSVARSARBETET

Åren 2012–2013 gjorde vi en omfattande intressentgruppsanalys ur samhällsansvarets synvinkel på våra huvudområden. I anslutning till intressentgruppsanalysen bad vi centrala intressentgrupper att analysera tyngdpunkterna för vårt ansvarsarbete. Samtidigt kartlade vi önskemål gällande Stockmanns samhällsansvar och rapporteringen i anslutning till det.

Intressentgruppsanalysen inleddes under slutet av år 2012 på koncernnivå med en kartläggning av företrädarna för bolagets viktigaste intressentgrupper i anslutning till samhällsansvarsarbetet. Samtidigt sammanställdes frågor som lyfts fram under samarbetet tillsammans med önskemål och respons på ansvarsarbetet. Efter kartläggningen av läget genomfördes under det första halvåret 2013 sammanlagt 13 kvalitativa intervjuundersökningar. Till intervjuerna utvaldes representanter för centrala intressentgrupper och medier i Sverige och Finland. I september–oktober 2013 skickade bolaget en enkät till Stockmannvaruhusens stamkunder i Finland för att utreda vilka ansvarsfrågor våra kunder tycker är viktigast. Till enkäten valdes 3 000 finskspråkiga och 500 svenskspråkiga kunder genom slumpmässigt urval. Sammanlagt över 500 stamkunder besvarade enkäten.

Utifrån intressentgruppsanalysen utsågs arbetstagnas rättigheter i leveranskedjan och informationen om ansvarsfrågor till utvecklingsobjekt på koncernnivå. Respondenterna betraktade kommunikation om produkternas ursprung och hanteringen av leveranskedjan som viktiga. Vidare önskade respondenterna möjligheter att lättare hitta och få mer information om bolagets arbete och åtgärder inom samhällsansvar. Respondenterna betraktade även frågor som gäller energieffektivitet

och verksamhetens miljökonsekvenser som viktiga. Externa intressentgrupper betonade även betydelsen av produktsäkerheten och personalens välbefinnande samt, särskilt i varuhuskedjan, kundtjänsten.

Under det senare halvåret 2013 jämfördes informationen som samlats in genom de ansvarsrelaterade undersökningarna och kundresponsen internt med bolagets framgångsfaktorer och mål. De ansvarsfrågor som intressentgrupperna betraktar som viktigast togs i beaktande i en väsentlighetsbedömning som godkändes i styrgruppen för samhällsansvar i december 2013. Väsentlighetsbedömningen styr vårt samhällsansvars- och intressentgruppsarbete och definierar tyngdpunktsområdena för år 2014 i syfte att uppfylla intressentgruppernas förväntningar.



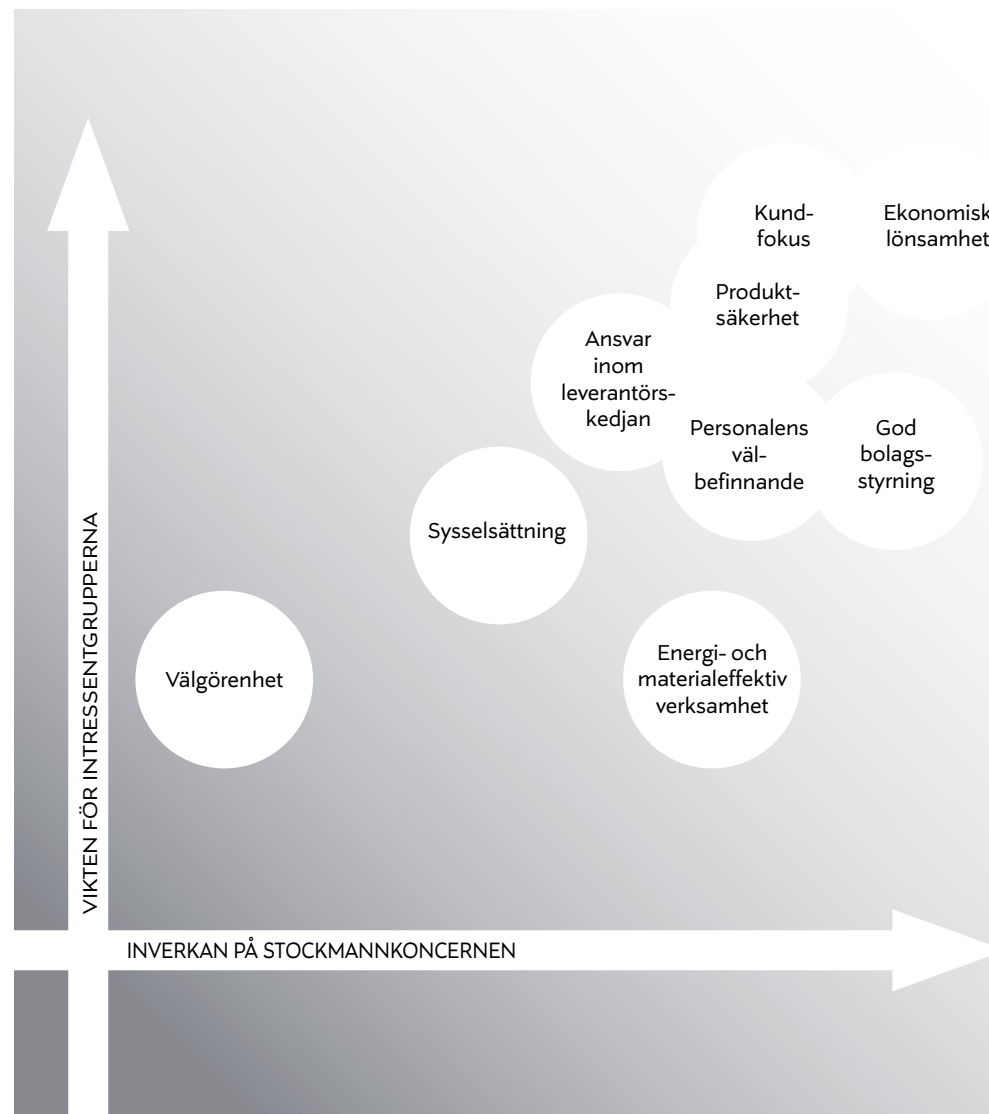
Stockmannkoncernens centrala intressentgrupper presenteras på sidan 12.



VÄSENTLIGHETSMATRIS

Alla synpunkter som valts till väsentlighetsmatrisen är viktiga för Stockmannkoncernen. Vikten för de enskilda intressentgruppernas olika synpunkter återges inte till alla delar i matrisen, eftersom betydelsen för intressentgrupperna har bedömts

som en helhet. Den lodräta axeln står för vikten för intressentgrupperna och den vågräta axeln för potentiell inverkan på Stockmannkoncernen.



FOKUSOMRÅDEN ÅR 2014

PEOPLE – VI TAR HÄNSYN TILL INDIVIDER OCH SAMFUND

Ny uppförandekod (Code of Conduct) införs i praktiken

År 2013 fastställde Stockmanns styrelse koncernens gemensamma uppförandekod som styr personalen. Uppförandekoden behandlar bland annat iakttagandet av lagar, etisk verksamhet, fri konkurrens och konsumentens rättigheter, ansattilda och arbetsförhållanden, miljö samt korrup-tion och intressekonflikter. Förankringen av uppförandekoden inleddes i början av år 2014.

Ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja för mode

Stockmann fortsätter det pågående arbetet för att främja ansvarsfrågorna inom leveranskedjan. I inköpsverksamheten iaktas uppförandekoden Supplier Code of Conduct, som baseras på principerna i Business Social Compliance Initiative

MÅL FÖR SAMHÄLLSANSVARET



(BSCI). Den lokala välfärden och miljöskyddet stöds genom olika projekt.

Stockmanns mål är att kommunicera ansvarsfrågor på ett transparent sätt. Därför har man ökat informationen om klädernas ursprung genom att i likhet med Lindex publicera de huvudsakliga leverantörerna för Stockmanns egna modemärken på bolagets webbplats. Dessutom kommer information om tillverkningsland att stegvis införas i produkterna som tillhör de egna modemärkena från hösten 2014. Märkningen återfinns på skötsel- och tvättrådet som fästs på insidan av produkten.

Ledarskap som bygger på våra värderingar

Som en fortsättning på varuhusgruppens värde-diskussion har bolaget slagit fast ledarskapskriterier som bygger på värderingarna. De införs i HR-förfarandena och i chefsarbetet under år 2014. Chefskompetensen stärks även med hjälp av utbildning. Bland modekedjorna har Seppälä

startat ett värdeprojekt som en del av en över-gripande varumärkesreform och Lindex fokuserar under år 2014 på en strategiuppdatering i projektet Express Lindex, där även värderingar tas upp.

PLANET – VI VERKAR FÖR MILJÖN

Minskning av koldioxidavtrycket i våra egna funktioner

Stockmannvaruhusen har arbetat målmedvetet i över 10 år för att minska energiförbrukningen, spillet och avfallet. Det systematiska miljöarbetet stärker de uppsatta målen för CO₂-utsläppen under kommande år.

Modekedjornas nya butikskoncept beaktar energieffektiviteten, till exempel i samband med materialval och energilösningar. Stockmann strävar efter att minska leveranskedjans miljöbelastning genom att delta i projekt som anknyter till användningen av vatten och kemikalier i produktionen.

Ansvarsfull design och material

Ansvar är en del av Stockmannkoncernens kläd-design och upphandling av material och produkter. Under år 2014 ordnas gemensamma utbildningar i ansvarsfrågor för designers och inköpare i olika affärsenheter. Dessutom ökas andelen miljövänliga råmaterial målmedvetet inom koncernens egna varumärken, och under år 2014 lanseras ekologiska bomullsplagg i Stockmannvaruhusens sortiment av egna varumärken.

PROFIT – VÅRT ARBETE GER RESULTAT

Lönsam tillväxt som en del av verksamheten

Kärnan i Stockmanns strategi är lönsam tillväxt. Utan god konkurrenskraft och ett positivt ekonomiskt resultat kan Stockmannkoncernen inte svara på investerarnas avkastningsförväntningar, erbjuda fasta anställningar eller satsa på personalens och samhällets utveckling. Målet är att Stockmannkoncernens rörelsevinst år 2014 ska vara något bättre än år 2013.

Aktivt samarbete med intressentgrupperna

Att lyssna på intressentgrupperna och att berätta och rapportera om framstegen inom vårt ansvararbete ingår i Stockmanns ansvararbete. År 2014 intensifierar vi vårt samarbete inom ansvarsfrågor med våra viktigaste intressentgrupper. Målet är att rapportera om intressentgrupps- och ansvararbetet under år 2014 i enlighet med GRI:s nya rapporteringsrekommendation G4.

ANSVARARBETET INOM MODETS VÄRDEKEDJA

Inom handeln är värdekedjan – produktens väg från råmaterial ända fram till kunden – ofta lång och omfattar många led. Med hjälp av ett nära samarbete med våra partners kan vi ta hänsyn till aspekter som berör ansvar genom hela värdekedjan. Vi riktar särskilda riskbaserade åtgärder mot vissa produktgrupper och anskaffningsländer. På denna sida finns utförligare information om modets värdekedja.

DESIGN & INKÖP

Stockmannvaruhusens sortiment innehåller kända varumärken och egna märkesprodukter. Modekedjorna säljer egna märkesprodukter.

- 12 Stockmanns, 35 Lindex och 18 Seppäläs designers kan inverka på modets ansvar t.ex. genom val av råmaterial.
- I leveranskedjan iaktas uppförandekoden Supplier Code of Conduct.
- Ansvarfrågor för internationella och inhemska varumärkesprodukter granskas i samband med inköpsförhandlingarna.

PRODUKTION

Stockmann har inga egna klädfabriker eller produktionsanläggningar. Arbetsförhållanden, arbets säkerhet och välfärd i inköpländerna främjas med hjälp av lokala projekt samt externa och interna revisioner.

- Cirka 80 procent av de egna märkesprodukterna köps via inköpskontorens nätverk som består av cirka 200 varuleverantörer och cirka 360 fabriker.
- Under år 2013 utfördes 186 externa BSCI-revisioner och 171 interna revisioner i klädleverantörernas fabriker.
- Allt mer hållbara material används i de egna modemärkenas produkter såsom Better Cotton (BCI)-, ekologisk- och återvunnen bomull, samt återvunnen ull, -polyester, -polyamid och tencel.

LOGISTIK

Stockmann har verksamhet i över 20 länder. Det stora verksamhetsområdet förutsätter smidiga logistikkedjor. Inom logistikverksamheterna ligger ansvarsarbetets fokus på hanteringen av miljökonsekvenser.

- Transporterna från inköpskontoren till distributionscentren är i huvudsak fartysfrakter.
- Transporternas miljöbelastningar minskas genom att öka fyllningsgraden och således minska på transporternas antal.
- Distributionscentret, som ska stå klart år 2016 och betjäna varuhusen i Finland och Baltikum minskar interna transporter och utsläpp.
- Logistikcentralen i Moskva betjänar alla varuhus i Ryssland och möjliggör effektiva varuflöden.
- Av modekedjorna har Lindex en logistikcentral i Partille i Sverige och en utkontrakterad central i Tjeckien. Seppäläs logistikcentral ligger vid huvudkontoret i Vanda i Finland.

BUTIKSVERKSAMHET

Uppmärksamhet fästs vid butikernas energieffektivitet och avfallsortering. I förpackningsmaterialen gynnas alternativ med mindre miljöbelastning. I modekedjornas butiker och nätbutiker satsas på exponeringen av ansvarsfullt mode, t.ex. skyltar och produktmärkningar vägleder kunderna.

- Koncernen har 16 varuhus, cirka 700 butiker och 5 nätbutiker.
- År 2103 fanns över 12 miljoner klädesplagg tillverkade av hållbart material till försäljning.
- Varuhusen optimerar luftkonditionering och belysning. Energisparande LED-teknik togs i bruk det nya Itisvaruhuset, cirka 90 procent av belysningen kommer från LED-lampor.
- Lindex öppnade en ny konceptbutik i Stockholm. Butiken planerades i samarbete med organisationen Basta, som utför miljöbedömningar och man fäste särskild vikt vid materialval och energilösningar.
- Insamlingen av krympplast och plastfilm breddades i varuhusen.

ANVÄNDNING & ÅTERVINNING

Konsekvenserna av bolagets verksamhet sträcker sig ända från att produkterna tas i bruk tills de kasseras. Kunderna erbjuds bruks- och tvättråd för produkterna samt återvinningsmöjligheter för att förlänga produkternas livslängd och således minska på miljökonsekvenserna.

- Utöver anvisningarna vid försäljningen har vi sammanställt tips på webben, t.ex. på Lindex webbplats finns miljövänliga skötselanvisningar för kläder.
- Affärsenheterna deltar i verksamheten för återvinningssystem beträffande produkter till försäljning samt deras förpackningsmaterial.
- I samarbete med olika aktörer söker vi efter nya metoder som kan förebygga textilavfall och vi följer aktivt diskussionen kring hur textilavfallet kan utnyttjas. Lindex medverkar t.ex. i ett nordiskt projekt som främjar återanvändning och återvinning av textilmaterial.

Stockmann är en föregångare inom mode. Över 70 procent av företagets omsättning kommer från mode och kosmetik.

SAMARBETE MED INTRESSENTGRUPPER

VI STÄLLER FRÅGOR OCH LYSSNAR

År 2013 firades Akademiska Bokhandelns 120-årsjubileum. Jubileumsåret till ära förnyades bokhandelskedjan genom att lyssna på kundernas önskemål. Akademiska Bokhandeln genomförde i början av året kundenkäten Drömmarnas bokhandel, där 3 889 svarande gav sina åsikter på bokhandelskedjans styrkor och utvecklingsområden.

Svaren visade att det bästa med Akademien är ett brett och mångsidigt sortiment, god kundservice och butikernas centrala lägen. Nästan 75 procent av de svarande uppgav att Akademien motsvarar den bokhandel som de drömmer om, väl eller mycket väl. Ett viktigt utvecklingsområde i flaggskeppsbutiken i Helsingfors var trivseln: kunderna önskade läshörnor i butiken och fler

sittplatser i caféerna. Kundernas önskemål besvarades: I Akademien finns det nu ställen att fördjupa sig i böckerna samt en möjlighet att pigga upp sig i Starbucks-caféet på gatuplanet.

Kundresponserna är en viktig form av interaktion med intressentgrupperna. Via feedbacken får vi värdefull information för att utveckla vår verksamhet. År 2013 var klädernas ursprung, arbetsförhållanden i tillverkningsländerna och i slutet av året även angöra de vanligaste frågorna vid kundkontakter om ansvarsfrågor.

GEMENSAMMA TALKON MED KUNDERNA

Vi erbjuder våra kunder möjlighet att göra en god gärning tillsammans med oss genom olika kommersiella välgörenhetskampanjer som genomförs.

KONCERNENS CENTRALA INTRESSENTGRUPPER

De centrala intressentgrupperna identifierades och valdes ut i samband med att strategin för samhällsansvaret utarbetades.

Kunder

Kunderna är vår viktigaste intressentgrupp. Vi vill utveckla dialogen med våra kunder och bättre förstå deras behov och förväntningar gentemot Stockmann. Ett av de grundläggande värdena i vårt bolag är kundinriktning vilket innebär att vi starkt prioriterar våra kunders behov.

Personal

Stockmann är en bra arbetsplats. Vi har ett gott arbetsklimat och vi strävar efter att ständigt utveckla det. Vi värdesätter vår personal och deras engagemang i vårt bolag. Vi belönar framgång. Vårt mål är att vara en eftertraktad arbetsgivare på arbetsmarknaden.

Aktieägare och investerare

Stockmann vill vara ett intressant och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden. Vi har belönat våra trogna kunder och ökat antalet aktieägare betydligt genom stamkundsoptionsprogrammen.

Rosa bandet-kampanjen och Lindex har samarbetat redan under elva år. År 2013 donerades 1,2 miljoner euro till arbetet mot bröstcancer. Modekedjan erbjöd i november kunderna i Sverige, Norge och Finland möjlighet att avrunda slutsumman på inköpen uppåt och donera det belopp som överstiger köpesumman till offren för tyfonen i Filippinerna. Via kampanjen donerades sammanlagt 321 000 euro till Röda Korsets katastrofhjälp.

Stockmann började i december samarbeta med projektet Nya Barnsjukhuset 2017. För varje beställning som stamkunderna gör i nätbutiken Stockmann.com doneras 50 cent till projektet fram till slutet av år 2014. Utöver det kommersiella samarbetet gav Stockmann även sin juldonation

år 2013 till projektet. Även Akademiska Bokhandlarna stödde barnsjukhuset: Två euro för varje sålt exemplar av boken ”875 grammaa – pirpanan tarina”, som handlar om en liten flicka i kuvös, donerades till projektet. År 2013 stödde Stockmann också Finlands naturskyddsförbunds verksamhet med en donation samt försäljning av Erik Bruuns kampanjaffisch Svanens vinge som hörde till förbundets 75-årsjubileum.



Ytterligare information om förverkligad intressentgruppsanalys på sidan 9. Ekonomiska påverkningar per intressentgrupp i samband med nyckeltalet ECI på sidan 29.

År 2014 firar Lindex konstnären Tove Jansson med en ny Muminkollektion. Tio procent av kollektionens försäljningsintäkter doneras via UNICEF till arbetet för att utveckla läs- och skrivkunskapen.



Varuleverantörer och tjänsteföretag

Vi engagerar våra leverantörer och tjänsteföretag i vårt ansvarsarbete. Vi strävar efter att tillsammans utveckla vårt partnerskap så att vi kan garantera goda förutsättningar för affärsverksamhet för alla parter och den bästa betjäningen för våra kunder.

Myndigheter och organisationer

Vi samarbetar aktivt med myndigheter och olika organisationer. Vi nätverkar och strävar efter inflytande för att kunna främja hållbar utveckling.

ANSTÄLLD INOM STOCKMANNKONCERNEN

En utomordentlig kundservice är en viktig konkurrensfaktor i handelsbranschen. Att överträffa kundernas förväntningar förutsätter en aktiv personalutbildning samt en väl fungerande intern kommunikation. Inom koncernen satsar man mycket på såväl dessa saker som intern jobbrotation.

TEAMCOACHEN STÖDER: DU BEHÖVER INTE JOBBA ENSAM

Salla Karjalainen har arbetat på Stockmann Delikatessen i Helsingfors centrum ungefär ett år. Hon blev fast anställd efter att flera gånger ha jobbat som biträde under julsäsongen och Galna Dagarkampanjen.

Karjalainen har fått handledning av teamcoach Perttu Laakoli bakom fiskdisken. Coachningen omfattar bland annat utbildning inom kundservice, frågor i anslutning till fiskdisken och arbetsstället samt produktutbildning. Coachningen har gett Karjalainen ett värdefullt stöd för arbetet: "Det känns tryggt att börja jobba i ett nytt team när det finns någon som hjälper till och hjälper mig in i rutinerna."

Teamcoach Perttu Laakoli har arbetat på Stockmann i nästan sex år. Han inledde sin karriär som 18-åring, bakom kassan på Delikatessen. Laakoli har hunnit jobba med många olika arbetsuppgifter på avdelningen, och har arbetat som teamcoach, dvs. utbildare för nya anställda, i ett halvår. "Det bästa med mitt arbete är att det är mångsidigt och ger mig möjlighet att lära mina kollegor nya uppgifter", säger Laakoli. Laakolis coachingsteam omfattar 29 teammedlemmar, som han utbildar varje vecka. Laakoli försöker särskilt satsa på de nyanställdas första arbetsdag, för att de ska få hjälp när det behövs och för att kunderna ska få förstklassig och snabb service.



Till er tjänst!

Teamcoach Perttu Laakoli och försäljare Salla Karjalainen hjälper kunder vid fiskdisken i varuhuset i Helsingfors centrum.

Lindex landchef i Sverige, Elisabeth Peregi har gjort en 15 år lång karriär inom modekedjan.

INSPIRERANDE ARBETE INOM MODE

Elisabeth Peregis arbetsdagar är fartfyllda. Hon arbetar som landschef för Lindex i Sverige och ansvarar för över 200 butiker, vilka hon besöker som en del av sitt arbete. "Butiksbesöken är inspirerande och lärorika, eftersom vår personal har en passion för mode", säger Peregi. "Under ett butiksbesök, ser jag också hur våra värderingar implementeras som en del av vardagliga aktiviteter. Lindex satsar mycket på värderingsstyrt ledarskap. Dessutom spelar kommunikation en viktig roll i framgången. Både inom intern och extern kommunikation är hur du förmedlar ditt budskap lika viktigt som själva budskapet."

Elisabeth Peregi började arbeta på Lindex år 1999 som controller inom den svenska försäljningsorganisationen. Hon har haft en mängd olika arbetsuppgifter under sin karriär, som spänner över 15 år. Utöver de finansiella nyckeltalen i Sverige och för hela Lindex har hon blivit bekant med modekedjans verksamhet i Norge och Saudiarabien.

Peregis passion för att lära sig nya saker och möjligheten att medverka i utvecklingen av företaget har medfört många olika uppgifter. "Intern jobbrotation är en fantastisk möjlighet att lära sig nya saker. Man kan flytta sig i många olika riktningar. Inom en internationell koncern kan man skaffa erfarenhet genom att byta till exempel avdelning, arbetsuppgifter, verksamhetsland eller affärsenhet", säger Peregi.

SATSNINGAR PÅ INTERN KOMMUNIKATION

Kommunikation och växelverkan är av stor betydelse när det gäller att öka arbetsmotivationen och välbefinnandet. År 2013 satsades på smidig kommunikation genom att se över verktygen för intern kommunikation och utbilda chefer.

Nytt intranät

Seppälä och varuhusgruppen tog i bruk ett nytt intranät. Moderna verktyg för intern kommunikation effektiviserar informationsdelning och användarnas individuella behov kan nu tas om hand på ett bättre sätt. Det nya intranätet kombinerar ett traditionellt intranät och elektronisk informationshantering i en och samma helhet. Målet är att minska mängden e-post och möjliggöra en bättre inriktning av information.

Chefen som kommunikator -utbildning

Inom varuhusgruppen inleddes kommunikationsutbildningar för chefer. Målet för utbildningarna är att öka chefernas insikt om sin roll som kommunikator och att med hjälp av gemensamma verktyg underlätta planeringen och genomförandet av kommunikationen. År 2013 deltog cirka 150 chefer i Finland och cirka 30 chefer i Ryssland i utbildningarna. Utbildningarna fortsätter år 2014 i alla fyra länder.

VARIFRÅN KOMMER VÅRA **MODEPRODUKTER?**

En betydande del av det mode som säljs i Stockmanns affärsenheter är kläder som vi själva designat. Till exempel är nästan alla kläder som säljs i Lindex och Seppälä våra egna varumärken, som inte erbjuds någon annanstans. Stockmannvaruhuskundernas smak och preferenser har beaktats i Stockmanns egna klädkollektioner som tagits fram för dem och som till exempel omfattar följande varumärken: BEL, Bodyguard, Bogi, Cap Horn, Cristelle&Co, CUBE CO, Global Essentials och NOOM.

Märkesprodukterna inom mode börjar sin färd på designerns bord. Planeringen av klädkollektioner genomförs efter varumärke: varumärkenas klädkollektioner skapas av 12 designers hos Stockmann, 35 hos Lindex och 18 hos Seppälä. Desig-

nerna skapar kollektioner för sina egna enheter och lyssnar även på inköpsenhetens och inköpskontorens material- och trendtips. Stockmann har inga egna klädfabriker, utan kläderna för de egna varumärkena köps i huvudsak in via sex egna inköpskontor. Inköpskontoren köper in kläderna via ett nätverk som består av cirka 200 leverantörer med sammanlagt cirka 360 fabriker.

Det viktigaste inköpslandet för kläder är Kina. Där köper vi in 43 procent av de egna märkesprodukterna inom mode. De näst viktigaste inköpsländerna för mode är Bangladesh, som står för 22 procent, och Turkiet som står för 17 procent av alla koncernens egna modeprodukter.

VEM TILLVERKAR VÅRA PRODUKTER?

Vi vill säkerställa att arbetet i de underleverantörsföretag som tillverkar produkter för oss utförs under säkra arbetsförhållanden. Stockmannkoncernen medverkar i Business Social Compliance Initiative (BSCI), som syftar till att förbättra arbetsförhållanden i leverantörernas produktionsanläggningar. Stockmannkoncernen förutsätter att leveranskedjan i anslutning till dess egna varumärken iakttar uppförandekoden Supplier Code of Conduct, som baseras på principerna i BSCI, samt Stockmanns egna tilläggskrav gällande bl.a. miljön, kemikalier och djurens rättigheter.

En betydande del av produkterna inom de egna modevarumärkena tillverkas inom områden som BSCI klassificerar som riskländer. Våra klädbeställningar skapar arbetstillfällen, särskilt för kvinnor i tillväxtländer. Vi satsar på lokala projekt för att stöda

kvinnornas ställning och välfärd, barnens utbildning och miljöskyddet i produktionsländerna. Vi medverkar till exempel i projekten The School of Hope, Solmaid High School, Shanghai Sunrise och Health Enables Return, samt i projekten Sustainable Water Resource and Partnership for Cleaner Textiles som anknyter till vattenanvändning och som inleddes under rapportåret. Därutöver undertecknade vi i maj 2013 ett avtal om brand- och fabriks säkerhet (The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh). I anslutning till avtalet har alla de fabriker som vi använder i Bangladesh kartlagts och inspekterats för brand- och byggnads säkerhet.

Vägen från idé till produktion är som längst ett år och som kortast 6–8 veckor. Ofta väljs produktionsland ut redan i början av planeringen, efter att materialen har valts. När vi funderar över tillverkningsland tar vi även hänsyn till hur snabbt leveransen sker. När vi snabbt behöver få ut kollektionen till försäljning är Turkiet, på grund av sitt läge, det naturliga valet bland våra länder med inköpskontor. I Indien finns specialkunskap för brodering och dekoration av kläder och Pakistans styrka är jeans- och fleeceprodukter. I Bangladesh tillverkas i huvudsak stora partier med bomullsprodukter och i Kina tillverkas till exempel produkter som kräver noggrannhet, som underkläder.

Tillverkningslandet uppges för alla kläder som säljs i modekedjorna. Märkningen utökas stegvis, och från hösten 2014 uppges tillverkningslandet även för de egna modevarumärken som säljs i varuhuset. Mer information om de fabriker som Stockmannkoncernen använder sig av finns på bolagets webbplats.

SEX EGNA INKÖPSKONTOR FÖR MODE

Vid våra inköpskontor arbetar sammanlagt cirka 150 personer. Deras uppgift är att övervaka inköp och produktion. Inköpskontoren kontrollerar verksamhetsmodellerna i alla fabriker som används innan den första beställningen görs. Efter den inledande kartläggningen fortsätter ansvarsarbetet systematiskt och såväl interna som externa revisioner av leverantörerna utförs. Målet är att vi vid sidan av övervakningen även ska kunna utveckla fabrikenas verksamhet.



Andel av modet för inköp av egna märken mätt enligt inköpspris.



Läs mer om övervakningen av leveranskedjan på sidorna 18 och 20.



ÅTERVINNING OCH INTERNATIONELLA MILJÖPROJEKT

ARBETSKLÄDERNA HAR FLERA LIV

Försäljningspersonalen i Stockmannvaruhuset använder arbetskläder som är tillverkade av högklassiga och slitstarka material. Kläderna slängs dock inte när de blir utslitna, utan man strävar efter att återvinna kasserade kläder så noggrant som möjligt. De kan användas som råvara för uppsugningsmattor som används vid bekämpning av oljekatastrofer, som donation till olika handarbetsworkshoppar eller som energikälla.

Nya och gamla arbetskläder möts. Marita Tuominen, försäljare i Itisvaruhuset, håller i sina händer en uppsugningsmatta tillverkad av gamla, kasserade arbetskläder.



SYSTEMATISK ÅTERVINNING

Stockmannvaruhuset och varuhusgruppens centraliserade verksamheter samarbetar i återvinningsfrågor och donerar produkter som inte längre säljs samt trasiga produkter från modestudion till lokala partner samt olika återvinningsaktörer. Under år 2013 återvanns butiksinredningen inom varuhuskedjan via Återanvändningscentralen och Uusix-återvinningsverkstäderna i Finland när Itis-varuhuset och Stockmann Outlet flyttade. Vi återvinner och hjälper samtidigt människor i behov genom att donera brödprodukter från varuhuset i Helsingfors, Jumbo, Tammerfors, Hagalund och Åbo till välgörenhet genom utvalda samarbetspartners.

Modekedjan Seppälä började under år 2013 samarbeta med välgörenhetsorganisationen UFF och donerade produkter som inte längre säljs för biståndsarbete i Afrika. Dessutom donerar Seppälä modellplagg till mindre bemedlade och ungdomar på anstalter genom Hope-föreningen samt till eftermiddagsklubbar och skolgrupper för pysselverksamhet genom föreningen Windmill-House.

Till jul erbjöds personalen på Seppäläs huvudkontor och lager möjlighet att delta i välgörenhet genom att donera egna barnkläder och skor i gott skick samt leksaker och idrottsredskap till behövande. Även på Lindex huvudkontor ordnades ett traditionellt välgörenhetsevenemang där modekedjans provplagg gavs i julklapp till mindre bemedlade i samarbete med Göteborgs stadsmision.

Återvinningsmöjligheter för kunderna

Vi erbjuder våra kunder en möjlighet att återvinna tillsammans med oss. Till exempel kan man lämna tillbaka begagnade elektriska och elektroniska apparater, batterier, lysrör och energisparlampor till Stockmannvaruhuset och Hobby Hall-butiken.

Under år 2013 ordnades flera olika återvinningskampanjer tillsammans med varuleverantörer. Till exempel genomfördes en kampanj för att återvinna stekpannor tillsammans med Hackman i alla varuhus i Finland. I en kampanj som genomfördes i samarbete med Knowledge Cotton Apparel insamlades jeans på herravdelningen i varuhuset i Helsingfors centrum. Dessutom insamlades sängkläder, gamla cyklar, kastruller och stekpannor samt leksaker vid jultid i Hobby Hall-butiken.

FÖR EN RENARE PRODUKTION

Vi har engagerat oss i flera projekt med andra aktörer inom modebranschen i syfte att uppnå en effektivare och miljövänligare produktion. Genom miljöprojekt har man i flera fabriker kunnat minska användningen av vatten, kemikalier och energi samt minska fabrikernas produktionskostnader. Samtidigt har även frågor i anslutning till de anställdas hälsa och arbets säkerhet förbättrats.

Better Cotton Initiative, Indien, 2008–

Sedan år 2008 har vi medverkat i projektet Better Cotton Initiative, vars mål är att minska de skadliga miljöeffekterna inom traditionell bomullsodling. Inom projektet har man utbildats över 2 000 jordbrukare i att producera bomull genom att använda mindre vatten, kemikalier och konstgödsel. Dessutom förbättras de anställdas arbetsförhållanden i projektet och odlare uppmuntras till samarbete och att dela med sig av sin arbetspraxis.

Sustainable Water Resource project, Indien, 2013–2014

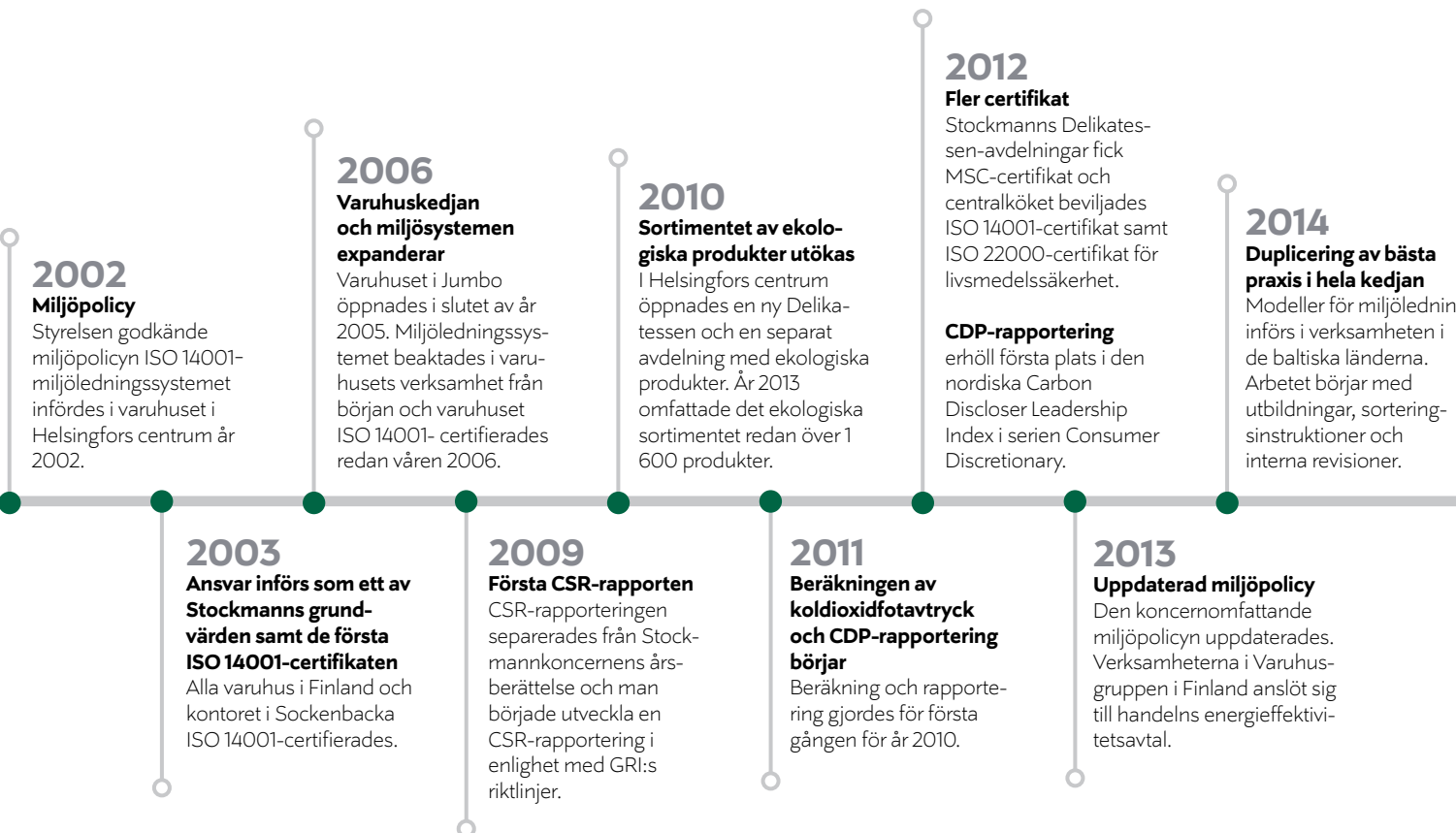
Det tvååriga projektets mål är att förbättra hanteringen av vattenanvändning. År 2013 deltog vi och i projektet via fyra viktigaste varuleverantörerna samt fem färgerier i Indien. Inom ramen för programmet installeras vatten- och elmätare i produktionsanläggningar och samtidigt optimeras kemikalieanvändningen vid färgningsprocessen.

Partnership for Cleaner Textiles, Bangladesh, 2013–2016

Programmet genomförs tillsammans med andra internationella klädleverantörer och inom programmet beaktas särskilt frågor i anslutning till användning av grundvatten, förorening av ytvatten samt användning av energi och kemikalier. I programmet deltar våra tio stora leverantörer, vilket täcker 80 procent av bolagets produktion i Bangladesh.

MILSTOLPAR INOM MILJÖANSVAR UNDER 2000-TALET

Varuhuskedjan siktar högt när det gäller miljömål och miljöarbete. För att uppnå målen ökas personalens miljömedvetenhet med hjälp av utbildning och intern information.



Intressentgrupperna har ordet: EFFEKTIVA RESULTAT TILLSAMMANS MED NYCKELPARTNER

Stockmann och L&T:s Miljötjänster inledde samarbete år 2011. På några år har L&T blivit en viktig nyckelpartner för Stockmann. Tillsammans har man utvecklat miljöarbete och uppnått mål.

”Under år 2013 uppnådde Stockmann det uppställda målet för återvinning och återanvändning med en sorteringsgrad på 95 procent. L&T genomförde en CO₂-beräkning för Stockmanns avfallshantering och en utredning om klimatpåverkan av transporter i anslutning till avfallshantering. Härnäst fokuserar vi på att utöka vårt samarbete inom tjänster som främjar material- och energieffektiviteten”, säger *Tiina Kempainen*, kundchef på L&T.

”Stockmann är en föregångare som satsar exceptionellt mycket på miljöfrågor och utbildning av personalen. Stockmannmedarbetarna är även öppna för nya idéer och de får oss att göra vårt bästa varje dag”, säger *Petri Salermo*, branschdirektör på L&T.

GRI-INNEHÅLLSJÄMFÖRELSE

	GRI innehåll	Inkluderas	Sidnummer och ytterligare information
Strategi och analys	1.1. Verkställande direktörens översikt	●	4
Organisationsprofil	2.1–2.9	●	6–7, ÅB, WWW
	2.10	●	7
	3.1–3.4	●	2, 8, 31
Rapporteringsprinciper	3.5	●	2, 9
	3.6, 3.7, 3.10, 3.11	●	2, 6. Möjliga förändringar och speciella begränsningar har redogjorts vid texten eller tabellen vid ifrågavarande nyckeltal.
	3.8	●	Uthyrda affärslokaler i köpcentret Nevsky Centre ingår inte i rapporteringen.
	3.12	●	17, WWW
Styrning, åtaganden och engagemang	4.1–4.4	●	29, ÅB: Utredning om förvaltnings- och styrsystemet.
	4.14	●	12
	4.15–4.17	●	9, 12
Ledning av socialt ansvar och nyckeltal	LA1*, LA13*	●	18, 21
	LA2*, LA3, LA4*, LA6, LA7*, LA8*, LA10, LA11, LA12	●	18–20
	HR2*, HR4*, HR6*, HR7*	●	22
	HR5	●	22
	PR2, PR3*, PR5, PR8	●	23
Ledning av miljöansvar och nyckeltal	EN3*, EN4*, EN10, EN11*, EN16*, EN17*, EN21*, EN22*, EN23*, EN25, EN28*, EN29	●	24–27
	EN1*, EN5, EN7, EN8*, EN12, EN15, EN18, EN26*, EN27*	●	24–27
Ledning av ekonomiskt ansvar och nyckeltal	EC1*, EC4*, EC7*, SO7	●	29–30
	EC2*	●	30

Rapporterad ●

Rapporterad delvis ●

ÅB Årsberättelse 2013

WWW Stockmanngroup.com

* Av GRI-anvisningarna rekommenderat nyckeltal



Noggrannare GRI-innehållsjämförelse:
stockmanngroup.com

LEDNING AV SOCIALT ANSVAR OCH NYCKELTAL

Bolagets praxis gällande personalen baseras på värdena och personalstrategin. Stockmanns styrelse godkände den gemensamma uppförandekoden (Code of Conduct) på koncernnivå år 2013. Affärsenheterna följer den gemensamma uppförandekoden, men har även egna, mer detaljerade handlingsätt gällande personalen, vilka stöder enhetens framgång och personalens välfärd. Genomförandet av god personalpraxis följs upp med hjälp av personalenkäter, utvecklingssamtal samt övriga kanaler för respons. Samarbete utförs även i lokala personalnämnder och i koncernnämnden.

Stockmannkoncernen värdesätter sina anställda. Vi iakttar minst lokallagstiftningen i alla verksamhetsländer och vi behandlar de anställda jämlikt och i enlighet med jämställdhetsprincipen i alla personalfrågor. Personaldirektören, som är medlem i koncernens ledningsgrupp, ansvarar för bolagets personalfrågor.

Vårt mål är att vara en attraktiv och omtyckt arbetsgivare på arbetsmarknaden. Detta betyder att vi förutom de anställdas personliga och professionella utveckling beaktar beaktar en hälsosam och trygg arbetsmiljö. Personalen uppmuntras även att sköta om sitt eget välmående t.ex. genom olika klubbar.

Kontroll av leveranskedjan

Bolagets ansvar sträcker sig också indirekt till produkternas leveranskedja, tillverkning och produktsäkerhet. Stockmannkoncernen har sedan år 2005 varit medlem i Business Social Compliance Initiative-initiativet (BSCI), som är ett gemensamt

samarbetsorgan för socialt ansvar och som utvecklats av europeiska företag och organisationer som representerar internationell handel och som styrs av Foreign Trade Association (FTA) i Bryssel. BSCI har som målsättning att förbättra arbetsförhållandena i varuleverantörernas produktionsanläggningar samt göra övervakningen entydigare och enhetligare. Därutöver har våra varuhus förbundit sig till den internationella varuhusorganisationen IADS:s (International Association of Department Stores) principer för ansvarsfull importhandel.

Stockmannkoncernen förutsätter att samtliga leverantörer i leverantörskedjorna som tillhandahåller Stockmannkoncernens egna varumärken, följer kraven i Supplier Code of Conduct, som bygger på BSCI:s principer. Dessutom ställer vi krav på våra leverantörer beträffande djurens rättigheter samt ärenden som berör kemikalier och miljöärenden. Några av våra varuleverantörer är också SA8000-certifierade.

Stockmannkoncernen accepterar inte någon form av barn- eller tvångsarbetskraft och förutsätter att dess leverantörer iakttar denna princip. Stockmann tillåter inte sådan behandling eller sådana arbetsförhållanden som står i strid med internationella avtal eller godkänd internationell praxis. I de fabriker som tillverkar Stockmannvaruhusens och modekedjornas egna märkesprodukter och som ligger i riskländer utförs regelbundet och som ligger i riskländer utförs regelbundet såväl egna som BSCI-revisioner. Om brister upptäcks i leveranskedjan, uppgörs en åtgärdsplan för att korrigera dessa och genomförandet av planen följs upp. De lokala arbetsförhållandena påverkas

även genom olika internationella avtal och initiativ.

Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar med undantag för centralköket i Finland som hör till varuhuskedjan. Centralkökets ledningssystem har certifierats enligt standarden ISO 22000.

NYCKELTAL FÖR SOCIALT ANSVAR

Stockmannkoncernen är en betydande arbetsgivare: bolaget har nästan 15 500 anställda i 15 länder. Därför ligger fokus för målen i den sociala dimensionen av samhällsansvaret särskilt på den egna personalen.

ARBETSKRAFT / PRAXIS GÄLLANDE ANSTÄLLDA OCH ARBETS-FÖRHÅLLANDEN

LA1 Beskrivning av personalen enligt anställningsförhållande, anställningsavtal och verksamhetsområde och

LA2 Personalomsättning

Vid utgången av år 2013 hade Stockmannkoncernen 15 441 anställda. Varuhusgruppen hade flest anställda, med 8 955 anställda vid årets utgång. Minskningen av personalen i varuhusgruppen förklaras delvis av avslutande av franchiseverksamheten under år 2013.

Modekedjorna hade sammanlagt 6 186 anställda vid årets utgång, varav 4 999 i Lindex och 1 346 i Seppälä. Antalet anställda i Seppälä är något mindre än föregående år på grund av butiksnedläggningar under året. Lindex öppnade 11

egna butiker under år 2013, vilket ökade antalet anställda. I slutet av året jobbade 141 personer inom konsernadministrationen och 159 personer i bolagets inköpskontor.

Stockmann inledde i april 2013 ett kostnadsbesparingsprogram på olika håll i organisationen. Som mål ställdes att år 2013 i varuhusgruppen och modekedjorna minska verksamhetens fasta kostnader med över 10 miljoner euro. Målet överstegs. Dessutom permitterade Stockmann huvuddelen av sin personal för 12 dagar, och med denn åtgärd uppnåddes inbesparingar på 5 miljoner euro under år 2013. Inom varuhusgruppen pågår även strukturella förändringar för att effektivisera kostnadsstrukturen. Förändringarna förverkligas stegvis och de inleddes hösten 2013 i marknadsföringsfunktionerna. I januari 2014 meddelades om planerna att år 2016 öppna ett nytt distributionscenter för varuhuset i Finland och Baltikum. I april 2014 berättades om planerna att förnya verksamhetsmodellen för varuhuset i Finland. I anslutning till detta inleddes samarbetsförhandlingar vilka berör personalen i varuhuset i Finland, kundservicen för Stockmann.com och Akateeminen.com samt eftermarknadsföringen.

År 2013 var personalomsättningen 23 procent. Personalomsättningen beror emellertid i stor utsträckning på de lokala arbetsmarknaderna. I Finland uppgick personalomsättningen till 10 procent, vilket är klart lägre än genomsnittet inom handelsbranschen*. Personalomsättningen är

* Källa: Finsk Handels meddelande 19.3.2013. Handelsbranschens omsättning i Finland ca 23 %.

större i Ryssland än i Finland, men omsättningen följer den lokala arbetsmarknadsnivån. Antalet heltidsanställda låg kvar på ungefär samma nivå som föregående år och uppgick till 6 765, medan antalet deltidanställda uppgick till 8 676.

Behovet av visstidsanställda arbetstagare är stort inom handelsbranschen, eftersom till exempel sommar- och julsäsongen ökar behovet av säsongsanställningar. År 2013 var 16 procent av Stockmannkoncernens medarbetare visstidsanställda. Jämfört med tidigare år minskade antalet säsongsanställda särskilt inom varuhusgruppen, där permitteringar och andra sparåtgärder genomfördes under året.

Varuhusgruppen och modekedjorna erbjuder många unga en möjlighet att bekanta sig med verksamheten i handelsbranschen genom olika praktikperioder som ordnas av läroinrättningar. Under Galna Dagar-kampanjen år 2013 hade Stockmannvaruhuset i Finland sammanlagt 1 403 kampanjbiträden på våren och 1 512 på hösten. Utöver detta erbjöd varuhuset och stödfunktionsnema arbetserfarenhet för över 300 sommarjobbbara och 700 praktikanter under rapportåret. Lindex tar emot praktikanter löpande på både kontor och i butiksorganisationen genom etablerat samarbete med högskolor. Cirka 20–30 praktikanter tas årligen emot på Lindex huvudkontors Design & Purchasing-avdelning. Även Seppälä har ett likadant praktikantförfarande. Praktikplatser erbjuds både i huvudkontoret och i butikerna. Under år 2013 hade Seppälä sammanlagt 18 praktikanter i huvudkontoret.

LA3 Personalförmåner

Stockmannkoncernen erbjuder de personalförmåner som förutsätts i lokal lagstiftning i alla verksamhetsländer. I de flesta verksamhetsländer

erbjuds de anställda förmåner som klart överstiger kraven i lagstiftningen, som sjukförsäkringar och måltidsförmåner. Alla anställda har möjlighet att köpa produkter till personalpris i butiker som ingår i koncernen.

Stockmannkoncernen stöder fast anställda medarbetares rekreations- och fritidsverksamhet genom till exempel stöd för motion, olika personalklubbar och möjlighet att hyra semesterstugor i Finland. År 2013 stödde bolaget de anställdas fritidsverksamhet med cirka 0,1 miljoner euro.

Stockmann belönar med förtjänsttecken varje år de personer som har en lång arbetskarriär inom

bolaget. Traditionen fick sin början år 1924 och under 90 års tid har utdelats över 20 000 förtjänsttecken. Förtjänsttecken delas ut för 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45 och 50 års anställning i Stockmannkoncernen. År 2013 utdelades 659 förtjänsttecken. Stockmannvaruhuset i Riga öppnades i oktober 2003 och varuhusets tioårsjubileum syntes i Lettland när sammanlagt 56 förtjänsttecken delades ut för 10 års anställning år 2013. Ett förtjänsttecken för 50 års anställning utdelades till en medarbetare i varuhuset i Helsingfors centrum. Förtjänsttecken som betecknar en så lång arbetskarriär har sällan utdelats i bolaget, under årens

lopp totalt 68 stycken. Dessutom har Lindex ett eget premieringsystem, där Lindex uppvaktar 25-års anställning. Därtill belönar samtliga enheter de anställda vid deras 50-års dag.

Löner och incitament

Även om koncernens genomsnittliga antal anställda minskade något under året, låg koncernens lönesumma kvar på ungefär samma nivå som tidigare år. De totala kostnaderna från alla anställningsförmåner uppgick till 397,8 miljoner euro, dvs. 19,5 procent av omsättningen.

År 2014 utbetalades till personalen resultatbo-

PERSONALSTATISTIK

	2013	2012	2011	2010	2009
Antal anställda 31.12	15 441	16 041	15 960	16 184	14 836
i Finland	7 033	7 553	7 237	7 430	7 153
utomlands	8 408	8 488	8 723	8 754	7 683
Antal anställda i medeltal	14 963	15 603	15 964	15 165	14 656
Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda	11 422	11 898	12 172	11 503	11 133
Personalens genomsnittliga ålder	35	34	34	35	35
i Finland	35	34	34	36	36
utomlands	34	34	37	34	34
Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt %	23	26	30	24	23
i Finland	10	13	15	14	15
utomlands	34	37	42	34	30
Sjukfrånvaro, %	4,2	4,5	4,9	4,3	5,4
i Finland	3,8	4,2	4,5	4,4	4,7
utomlands	4,6	4,8	5,6	4,2	6,6
Andel heltids-/deltidsanställda av personalen, %	44/56	42/58	45/55	42/58	44/56
i Finland	45/55	42/58	43/57	41/59	42/58
utomlands	43/57	42/58	46/54	43/57	45/55
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Finland, st.	238	212	243	271	231
Personalkostnader, milj. euro	397,8	405,1	390,0	361,9	327,4
Personalkostnader, andel av omsättningen i %	19,5	19,1	19,4	19,9	19,3
Kostnader för personalutbildning i Finland (utan direkta lönekostnader), milj. euro	0,6	0,7	0,8	0,7	na

Au koncernens modekedjor publicerar Lindex också utförligare personalstatistik på sin hemsida lindex.com.

nus 5 645 euro för resultatet för år 2013. År 2013 utbetalades till personalen 0,2 miljoner euro för resultatet för år 2012 samt försäljningsincitament 0,1 miljoner euro baserat på försäljningen år 2013. För Stockmannkoncernens ledning och mellanledning finns även ett optionsprogram för nyckelpersoner, som inte medförde några kostnader under år 2013. Mer information om ledningens belöning finns i utredningen över löner och arvoden på bolagets webbplats.

RELATIONER MELLAN PERSONAL OCH LEDNING

LA4 Omfattning av kollektivavtal

I Finland omfattas cirka 84 procent av Stockmannkoncernens personal av kollektivavtal. Stockmannkoncernen respekterar personalens organisationsfrihet och rätt till kollektivavtal. Bolaget följer inte upp organisationsgraden, men för statistik över anställda vilkas fackföreningsavgift avdras från lönen. År 2013 omfattades 29 procent av personalen av innehållna medlemsavgifter. I andra verksamhetsländer har man inte samlat in motsvarande statistik.

Samarbetet mellan anställda och ledning har långa anor

Stockmannkoncernen har varit föregångare i samsarbetsfrågor i Finland. Bolagets personalnämnd grundades år 1924. Samarbetet mellan personal och arbetsgivare i företag blev lagstadgat först år 1979.

I Finland har affärsenheterna egna personalnämnder, varav Seppäläs personalnämnd sammanträder två gånger per år och de övriga fyra gånger om året. I de baltiska länderna har man en liknande verksamhetsmodell. Personalfrågor som

berör Finland behandlas i en koncernnämnd som sammanträder två gånger om året. År 2012 lade de anställda fram ett förslag om att grunda ett europeiskt företagsråd (European Works Council, EWC) i Stockmannkoncernen, och förhandlingarna mellan arbetsgivaren och fackförbunden pågår.

Två representanter för personalen deltar i Stockmanns styrelsemöten. Den ena av representanterna väljs av arbetstagarrepresentanterna för Stockmanns koncernnämnd och den andra av föreningen som representerar Stockmanns högre tjänstemän. Representanterna för personalen har närvaro- och yttranderätt på styrelsemötena. De är inte styrelsemedlemmar.

HÄLSA OCH SÄKERHET I ARBETET

LA6 De anställdas representation i kommittéer för arbetshälsa och arbetarskydd

Företagshälsövården har i alla verksamhetsländer arrangerats i enlighet med lokala lagar och förordningar. Valfärden i arbetet och arbetssäkerheten behandlas även regelbundet i personalnämnder som verkar i enlighet med kraven i den lokala lagstiftningen och som representerar alla personalgrupper. Man satsar på förebyggande arbete även i arbetarskyddsdagen på koncernnivå som arrangeras vartannat år. Dessutom har man i Finland arrangerat coaching för ledning av arbetsförmåga i syfte att öka valfärden i arbetet och minska frånvaro samt de kostnader som detta medför.

LA7 Olyckor och sjukfrånvaro

Sjukfrånvaroprocenten i Finland uppgick år 2013 till 3,8 procent av den regelbundna arbetstiden och i utlandet till 4,6 av den utförda arbetstiden. I Finland inträffade sammanlagt 238 arbetsolyckor på arbetsplatsen. Största delen av dessa var olyckor i anslutning till arbetsresor, främst halkningar. År 2013 inträffade inga arbetsolyckor som ledde till allvarliga skador i Finland. Mängden frånvaro som beror på sjukdomar och arbetsolyckor är klart mindre än branschgenomsnittet i Finland*.

LA8 Rådgivning för arbetstagarbeträffande allvarliga sjukdomar

Företagshälsövården strävar efter att som en del av sin normala verksamhet ge medarbetarna råd om allvarliga arbetsrelaterade sjukdomar och eventuella andra risker som ingår i arbetet.

År 2013 omfattades alla fast anställda medarbetare i Finland som arbetat över fyra månader, dvs. 5 556 personer, av företagshälsövård på sjukvårdsnivå. Arbetshälsotjänsterna i koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av både egna arbetshälsostationer och köpta tjänster. Personalen på de egna hälsostationerna i Helsingfors betjänar huvudsakligen alla anställda i huvudstadsregionen. På andra orter där det finns varuhus, i Lindex i Finland samt i Seppälä, har arbetshälsövården organiserats genom köpta tjänster. Kostnaderna för företagshälsövården i Finland uppgick till sammanlagt 2,0 miljoner euro. Företagshälsövårdens nettokostnader uppgick år 2013 till cirka 150 euro/person.

UTBILDNING

LA10 Genomsnittligt antal utbildningstimmar, LA11 Program för vidareutbildning och livslångt lärande och LA12 Regelbunden prestationsutvärdering och utvecklingssamtal

Inom varuhusgruppen i Finland ordnas flera utbildningar för alla anställda som börjar med arbetsuppgifter inom försäljning. Även nya medarbetare i koncernförvaltningen i Finland deltar i START-utbildningen på den första nivån. År 2013 lanserades det nya LEAD-coachningsprogrammet på koncernnivå. Programmets mål är att fördjupa chefskompetensen och stärka en ledarskapskultur som bygger på strategi och värden. Från varuhusgruppen och koncernförvaltningen deltog sammanlagt 30 personer från tre länder i coachningsprogrammet under sex dagar. Varuhusgruppens chefer utbildades i sammanlagt över 350 dagar eller 2 625 timmar i olika utbildningar under år 2013.

Personalens miljömedvetenhet ökas med hjälp av kontinuerlig utbildning och regelbunden intern information. Till exempel deltog sammanlagt 200 anställda i miljöutbildningar som ordnas varje månad i Helsingforsvaruhuset. Aktuella miljöfrågor behandlades även på några av avdelningarnas morgonmöten, där sammanlagt 400 anställda deltog. Därutöver ordnades skräddarsydda miljöutbildningar för en del av hyresgästerna i varuhuset. Inom varuhuskedjan ordnades även miljöutbildningar i varuhusen i Åbo, Itis och Uleåborg, för kontorspersonalen i Sockenbacka samt logistikcentralen i Vinikby. I centralköket ordnades ordna-

* Källa: Finsk Handels meddelande 23.8.2011: frånvaromängden inom handelsbranschen i Finland i medeltal 5,8 %.

des miljö- och livsmedelssäkerhetsutbildningar för hela personalen. På hösten deltog cirka 40 personer i varuhusgruppens, Hobby Halls och Seppäläs inköpsorganisationer i en gemensam kemikalieutbildning. Utöver utbildningarna är miljöfrågor regelbundet aktuella på informationsrutorna i personalrummen.

Lindex har sitt eget Souls-coachingsprogram, med vilket man söker fram nya lösningar som främjar hela kedjans framgång. Under rapporteringsåret deltog åtta medarbetare i programmet. De fokuserar på åtgärder som förbättrar bruttomarginalen, och koncentrerar sig framför allt på samarbetsfrågor tillsammans med fabriker och varuleverantörer. Under året ordnades utbildning för ledarna i Lindex huvudkontor om bl.a. ärenden som berör mångformighet, arbetsomgivning och arbetsrelation. I huvudkontoret hölls även några utbildningar som berör samhällsansvar, säkerhet och Lindex framtid. För butikspersonalen arrangerades kundbetjänings-, produkt- och säkerhetsutbildningar. Under år 2013 hölls i medeltal 11,5 utbildningstimmar per medarbetare, sammanlagt cirka 57 500 timmar.

2013 var ett år av förändringar i Seppälä. Ett nytt affärssystem infördes i kedjan och varumärket sågs över. Ledningen av förändringen stöddes med hjälp av många olika utbildningar, till exempel förändringscoaching och introduktion i nya arbetsredskap och processer. Dessutom ordnades ett flertal utbildningsdagar för inköpsorganisationen i Seppälä. Seppälämedarbetare deltog även i en kemikalieutbildning som arrangerades tillsammans med varuhusgruppen. I Seppälä fortsatte även det egna coachningsprogrammet Spirit under ledning av Spiritorer. Via programmet får både nya och gamla Seppäläanställda utbildning och information. År 2013 förankrade Spirit-

torema förändringar som berör kedjan i butikerna. Utöver Spiritorgruppen med fem personer på huvudkontoret verkar 27 Spiritorer i fem länder i kedjan. Under rapportåret uppgick antalet utbildningstimmar i Seppälä till totalt 15 000.

I Stockmannkoncernen följs genomförandet av god personalpraxis upp med regelbundna personalenkäter, utvecklingssamtal samt övriga kanaler för respons. Under år 2013 genomfördes SOUND-personalenkäten inom varuhusgruppen i Lettland, Ryssland och Estland. Nästan 2 700 personer svarade på enkäten, svarsprocenten var över 80. I svaren bedömdes bl.a. förmansjobbet speciellt positivt. Jämfört med enkäten år 2011 hade den största positiva förändringen skett i Ryssland och Lettland i form av viljan att ta personligt ansvar, och i Estland i form av ökad samhörighet. Som utvecklingsobjekt lyftades i Ryssland och Lettland t.ex. den ökade upplevelsen av jobbrelaterad stress och i Estland utvecklandet av arbetsredskapen. Lindex förverkligade i december 2013 en personalenkät i huvudkontoret i Sverige och i distributionscentret. Sammanlagt 317 personer svarade på enkäten, och svarsprocenten var 67. Den största delen av svarandena var nöjda med sin arbetsplats och medvetna om Lindex strategi och mål. Som utvecklingsobjekt nämndes givandet och erhållandet av respons. I Seppälä gjordes under året flera enkäter, med vilka man följde upp anpassningen till olika förändringar inom kedjan, samt fick försäkran om att introduktionen inom olika områden har varit tillräcklig.

Kontinuerlig utveckling och en aktiv intern arbetsmarknad är styrkor inom Stockmannkoncernen. En aktiv intern arbetsmarknad och möjligheter till att byta uppgifter mellan affärsenheter, funktioner och länder främjar inläringen och att en kunnig personal förblir anställd i bolaget.

Många av koncernens nyckelpersoner har tidigare arbetat med kundserviceuppgifter och många har även samlat erfarenhet från olika håll i bolaget. Läs mer om möjligheterna för jobbrotation på sidan 13.

MÅNGFALD

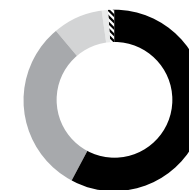
LA13 Organisationens administrations- och personalstruktur

Koncernens personal bestod år 2013 av 85 procent kvinnor och 15 procent män. Andelen kvinnliga chefer var hög inom alla funktioner: 63 procent av cheferna i Finland och utomlands var kvinnor. Av styrelsemedlemmarna var tre av åtta kvinnor. I koncernens ledningsgrupp ingick två kvinnor.

I slutet av år 2013 arbetade över hälften av koncernens anställda, 54 procent eller 8 408 personer, utomlands. En styrka när det gäller bolagets internationella framgång är att utnyttja den lokala expertisen i verksamhetsländerna. Användningen av lokal personal medför extrakompetens och mångfald i bolagets verksamhet och skapar samtidigt även ekonomiska multiplikativa effekter på orten.

Inom utlandsverksamhetens ledning och mellanledning eller mellanledning jobbade för varuhusgruppens del sex personer i Ryssland och Baltikum samt för Lindex del en person i Norge. Detta betyder att över hälften av utlandsverksamhetens ledning och mellanledning är lokala arbetare. År 2013 var alla medlemmar i varuhusgruppens ledningsgrupp och ledningen i varuhuset i Finland finländare. 81 procent av varuhuscheferna och medlemmarna i landsledningsgrupperna i de baltiska länderna och Ryssland ingick i lokalbefolkningen. Alla personer som arbetade i den högsta ledningen i Lindex under år 2013 var svenskar,

PERSONAL PER ENHET 2013



PERSONAL PER MARKNADSOMRÅDE 2013



och 60 procent av Lindex landschefer var lokala. År 2013 ingick utöver de sju finska medlemmarna en ryss, som fungerar som landschef för de baltiska länderna, i Seppäläs ledningsgrupp.

Uppgifter om de anställdas genomsnittliga ålder återfinns i tabellen ”Personalstatistik 2013”.

MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER I LEVERANSKEDJAN

HR2 Bedömningar gällande mänskliga rättigheter inom underleverantörskedjan, HR6 och HR7 Verksamhet med risk för barn-, tvångs- eller straffarbete

Stockmannkoncernens sociala ansvar sträcker sig förutom till bolagets egna anställda indirekt också till arbetsförhållandena leveranskedjan. Stockmann rapporterar om mänskliga rättigheter inom leveranskedjan utifrån de interna och externa bedömningar som genomförts på leverantörer av koncernens egna märkesprodukter. I leveranskedjan följs bolagets uppförandekod Supplier Code of Conduct, som baserar sig på BSCI:s principer. Under rapportåret hade dessutom 13 leverantörer certifikatet för etisk produktion Social Accountability 8000 (SA8000).

Största delen av sortimentet i Stockmannvaruhuset består av internationella och inhemska märkesprodukter, vars ansvar behandlas i samband med inköpsförhandlingarna. Över hälften av produkterna inom egna modevarumärken i varuhusgruppens inköps genom koncernens egna inköpskontor. Alla Lindex produkter och en betydande del av produkterna i Seppäläs sortiment köps in via samma inköpskontor. Inköpskontoren ligger i Bangladesh, Indien, Kina, Hongkong, Pakistan och Turkiet. De köper in produkterna från ett nätverk bestående av cirka 200 leverantörer och cirka 360 fabriker. Varuleverantörernas och fabrikenas antal reducerades betydligt under

året, vilket koncentrerar kontakterna och leverantörförhållandena ytterligare. Stockmannkoncernen har inga egna klädfabriker eller produktionsanläggningar.

Merparten av de egna varumärkena inom mode i Stockmannkoncernen importeras från länder som BSCI klassificerar som riskländer. Det viktigaste inköpslandet är Kina, som står för 43 procent av koncernens egna modeprodukter mätt i inköpspriser. Bangladesh står för 22, Turkiet för 17, Indien för 12 och Pakistan för 2 procent.

Stockmann accepterar inte någon form av barn- eller tvångsarbetskraft och förutsätter att dess leverantörer följer denna princip. Stockmann tillåter inte sådan behandling eller sådana arbetsförhållanden som står i strid med internationella avtal eller godkänd internationell praxis. Om brister upptäcks i leveranskedjan, uppgörs en åtgärdsplan för att korrigera dessa och genomförandet av planen följs upp.

Risker gällande socialt ansvar som identifierats i Stockmanns leveranskedja är brister som lyfts fram vid revisioner och i den offentliga debatten, särskilt gällande avlöning, övertidsarbete, arbetshälsa och -sakerhet samt dokumentation i riskländer. För att förbättra handlingssätten uppmanar Stockmann sina leverantörer att delta i bolagets utvecklingsprojekt och initiativ samt i utbildning, som behandlar dessa ämnen och arrangeras av BSCI.

Regelbundna fabriksrevisioner

År 2013 utfördes sammanlagt 186 BSCI-revisioner på fabriker i riskländer som tillverkar Stockmannvaruhusens och Modedekedjornas egna märkesprodukter. Av dessa var 119 s.k. fullständiga revisioner (full audits). Stockmann och BSCI skärpte sina krav år 2013, vilket föranledde att auditeringsresultaten var svagare än tidigare år.

BSCI-revisioner utförs av internationellt godkända oberoende revisionsföretag. Utöver dessa externa

revisioner utförde Stockmannkoncernen 171 egna fabriksrevisioner genom sina inköpskontor under år 2013. Varje inköpskontor har lokalt anställda samhällsansvarsexperten som följer upp produktionsprocesserna och verksamhetens ansvarsfullhet. Inköpskontoren kontrollerar alltid verksamhetsmodellerna och kvalitetsnivån i alla fabriker innan avtal ingås och produktionen startar. Vid egna revisioner fäster man vikt vid de anställdas arbetsförhållanden och miljöfrågor. Utöver de nämnda fabriksrevisionerna medverkar Stockmann i att utveckla säkra arbetsförhållanden för fabriksarbetare i Bangladesh. I maj 2013 anslöt sig Stockmann till ett brand- och byggsäkerhetsavtal.

Trots att inspektioner i anslutning till avtalet inte har inletts år 2013, förverkligade vi själva elinspektioner i samtliga 21 fabriker i Bangladesh som levererar kläder till Stockmannkoncernen. På basen av inspektionerna behövde samarbetet inte avslutas med en enda av fabriker.

Mer information om Stockmannkoncernens inköp finns på sidan 14.

ANTI-DISKRIMINERING

HR4 Fall av diskriminering samt vidtagna åtgärder

Bolaget har inte misstänkts, anklagats eller dömts för diskriminering under rapportperioden.

FÖRENINGSFRIHET

HR5 Föreningsfrihet och rätt till kollektivavtal

Föreningsfriheten och rätten till kollektivavtal för personalen i Stockmannkoncernen rapporteras i avsnitt LA4. Värmandet om rätten till föreningsfrihet och kollektivförhandling i leveranskedjan ingår i BSCI- och SA8000-revisioner samt i de granskningar som genomförs av inköpskontorens samhällsansvarsexperten.

BSCI-AUDITERINGAR 2013 (N=186)



■ 22 % Godkänt
■ 38 % Godkänns efter rättelser
■ 40 % Uppfyller inte kraven

BSCI-AUDITERINGAR 2012 (N=173)



■ 46 % Godkänt
■ 31 % Godkänns efter rättelser
■ 23 % Uppfyller inte kraven

BSCI-AUDITERINGAR 2011 (N=199)



■ 53 % Godkänt
■ 25 % Godkänns efter rättelser
■ 22 % Uppfyller inte kraven

PRODUKTANSVAR

PR2 Brott mot krav gällande produkternas hälso- och säkerhetspåverkan

Stockmannkoncernen ansvarar för att de produkter som säljs är säkra och inte medför någon fara för kundens hälsa eller egendom. Bolagets inköpsorganisation ser till att produkterna uppfyller gällande krav i kemikalie- och produktsäkerhetslagstiftningen. Utöver tullen i Finland testas även tillverkare och importörer samt Stockmannkoncernen i fråga om egna märkesprodukter produkterna regelbundet. Produkttesterna säkerställer att produkterna uppfyller alla de krav på kvalitet och säkerhet som ställs av lagstiftningen eller Stockmannkoncernens egna krav som är striktare än lagstiftningen. Dessutom följer Stockmann EU:s anmälningar om felaktiga produkter för att så snabbt som möjligt kunna informera om farliga produkter.

År 2013 gjordes inga offentliga återkallelser av produkter inom Stockmannvaruhusens, Lindex eller Seppäläs egna märken.

På Stockmanns livsmedelsavdelningar och i centralköket utför man omfattande självkontroll för att säkerställa produkternas säkerhet. Stockmanns centralkök har certifierats enligt det internationella ISO 22000-kontrollsystemet för livsmedelssäkerhet. Centralköket uppfyller krav som ställs av myndigheter och i lagstiftningen i sin verksamhet och vill utveckla verksamheten så att den blir allt bättre. År 2013 förekom inga produktsäkerhets-, kvalitets- eller andra motsvarande fel som skulle ha krävt återkallelse i de produkter som tillverkats i centralköket, importerats av Stockmann eller som ingick i de egna märkena.

Under rapportåret förekom inga rättsliga åtgärder eller böter i anslutning till hälso- eller säkerhetspåverkan av de egna märkesprodukterna.

MÄRKNING AV PRODUKTER OCH TJÄNSTER

PR3 Produktinformation i anslutning till produkter och tjänster samt följande av lagstiftning

Lindex produkter som tillverkats av material som är mindre miljöbelastande har märkts tydligt med hjälp av en egen etikett i butikerna, Sustainable Choice, och i nätbutiken har dessa produkter samlats på en egen produktsida.

Seppäläs produkter märkta med beteckningen Organic Cotton är tillverkade i ekologisk bomull. Sortimentet av dessa produkter omfattar trikåtröjor för damer och herrar samt kläderna i Seppälä Baby-kollektionen. Mer information om ansvarsfulla produkter finns under EN 26.

Vi berättar om produkternas ursprung för våra kunder. Alla produkter i modekedjorna har en märkning om ursprungsland på tvätt- och skötselrådet inne i produkten. När det gäller de egna märkesprodukterna inom mode i varuhusgruppen har ursprungslandet märkts på produkternas prislappar i Ryssland och Lettland, där lagstiftningen kräver att ursprungslandet ska meddelas. Dessa uppgifter kommer snart att finnas tillgängliga även för kunder i andra länder. År 2013 beslutade man att märka varuhusens egna klädmärken med uppgifter om produkternas ursprung. Målet är att ursprungslandet ska märkas på produkterna stegvis från och med hösten 2014.

Nya EU-bestämmelser för märkningen av livsmedelsförpackningar för med sig förändringar konsumentinformationen på förpackningarna. Förändringarna handlar t.ex. om benämning av produkten, läsbarheten av förpackningen samt information om allergener. Förpackningsmärkningen enligt EU-bestämmelserna påbörjades år 2013 på Stockmanns

egna märkesprodukter samt på livsmedel importerade av Stockmann. Arbetet fortsätter år 2014.

PR5 Kundbelåtenhet

Stockmannvaruhuset är kända för sin kundorienterade service. Man blir inte ett proffs på utmärkt kundservice av en slump, utan regelbundna utbildningar av personalen redan i början av karriären som startar med en grundlig introduktion är en förutsättning. Kundfokus styr starkt bolagets verksamhet och man satsar kraftigt på en förstklassig service som överträffar förväntningarna. Affärsenheterna utvecklar sin verksamhet utifrån resultat från kundenkäter och kundmätningar samt respons från kunder och den egna personalen. Resultaten som ger information om kundrelationen utnyttjas vid utvecklingen av kundservice och försäljning, i den dagliga ledningen av personalen, vid utvecklingen av chefsarbete, belöning och engagemang samt planering av utbildningar.

Koncernens affärsenheter mäter kundbelåtenhet samt hur välkänd enheten är och utvecklar sin verksamhet på basis av resultaten. Metoderna för detta är bland annat webbenkäter och intervjuer samt den s.k. mystery shopper-metoden. Utvecklingen av kundtillfredsställelse följs upp aktivt i förhållande till konkurrenssituationen och den allmänna marknadsutvecklingen inom detaljhandeln.

Affärsenheterna i Stockmannkoncernen har sina egna kanaler för kundrespons och man svarar alla kunder som har önskat svar.

KUNDERNAS INTEGRITET

PR8 Underbyggda klagomål gällande överträdelser mot kundintegriteten och förlust av kunddata

Stockmannkoncernens affärsenheter har fyra stamkundsprogram: Stockmann- och Hobby Hall-stam-

kundsprogrammen i varuhusgruppen samt Seppäläklubben och lojalitetsprogrammet More at Lindex inom modekedjorna. Programmen omfattar sammanlagt 8,7 miljoner kunder, med vilka man håller regelbunden kontakt och som erbjuds prisvärda förmåner.

Alla stamkundsprogram har sina egna stamkundsregister som insamlas för att sköta kundrelationen samt för kundservice- och marknadsföringsändamål. Stockmann hanterar kundernas personuppgifter och personuppgifterna för de aktieägare som deltar i bolagsstämman enligt gällande lagstiftning. År 2013 kontaktade några kunder Stockmann gällande hanteringen av personuppgifter. Dessa fall behandlades och ledde inte till vidare åtgärder. Inga klagomål eller anmärkningar av officiella instanser om stamkundsprogrammen erhöles. Stamkundsprogrammets registerbeskrivningar finns på respektive enhets webbplats.

STOCKMANNKONCERNENS VÄRDERINGAR

Ett ledarskap som bygger på värderingar är viktigt inom hela Stockmannkoncernen. Stockmannkoncernens grundvärden definierar den gemensamma värdegrund som verksamheten och beslutsfattandet baserar sig på.

- Resultatinriktning
- Kundinriktning
- Effektivitet
- Engagemang
- Människan värdesätts
- Ansvar

LEDNING AV MILJÖANSVAR OCH NYCKELTAL

Miljöarbetet baserar sig på koncernens miljöpolicy. Det operativa miljöledningsarbetet har organiserats som en del av det dagliga ledningsarbetet för affärsenheterna. Affärsenheterna, varuhusgruppen och modekedjor, fastställer själva sina konkreta miljömål och indikatorer för uppföljningen av utvecklingen samt lämplig ledningspraxis.

Varuhusgruppens ledningssystem i Finland är certifierat: alla varuhus och stödfunktioner i Finland har certifierats enligt standarden ISO 14001 och centralköket har både ISO 14001 och ISO 22000 certifiering. Verksamhetssätten i Stockmanns miljösystem tas i bruk även i de baltiska varuhusen under år 2014. I affärsenheten modekedjorna används inte certifierade miljölednings-system. Lindex- och Seppälä-butikerna verkar i regel i hyrda lokaler i köpcenter, varvid miljöfrågor förutom enligt butikens energieffektiva koncept även beaktas i enlighet med de möjligheter som fastigheten tillåter.

Stockmanns inköpskontor verkar nära produktionen och satsar på att utvärdera och minska de skadliga miljöeffekterna i leverantörernas fabriker. Inköpskontoren har en egen miljöuppförandkod som leverantörerna måste följa och miljöpolicy som tar ställning till rening av avloppsvatten, avfallshantering samt nivån på hantering av kemikalier och utsläpp i leveranskedjan. Inköpskontorens personal utför miljögranskningar på fabriker och följer upp hur miljölagstiftningen och de krav som koncernen har ställt.

Stockmanns mål är att hantera de miljökonsekvenser som affärsverksamheten orsakar. Stock-

mann beaktar miljöfrågor vid planeringen och ledningen av verksamheten samt vid inköp av produkter och tjänster för eget bruk. Verksamheten utvecklas kontinuerligt i en riktning som sparar energi och till exempel vid inredningen, belysningen och underhållet av butiker försöker man tillämpa lösningar med så liten miljöbelastning som möjligt.

Uppfylldandet av de uppställda miljömålen samt genomförandet av överenskomna handlingsätt mäts och följs upp för att säkerställa principen om kontinuerlig förbättring. Alla medarbetare förutsätts förbinda sig till de gemensamma målen. Personalens miljömedvetenhet ökas med hjälp av kontinuerlig utbildning och regelbunden intern kommunikation.

MILJÖANSVARETS NYCKELTAL

MATERIAL

EN1 Materialanvändning

Materialanvändning avser mängden av det förpackningsmaterial som Stockmann importerar och släpper ut på marknaden i Finland. Stockmannkoncernen rapporterar materialen till myndigheterna i enlighet med EU:s förpackningsdirektiv. Lindex rapporterar förpackningsmaterialförbrukningen även till dess övriga verksamhetsländer såsom Sverige, Norge och de baltiska länderna.

Stockmann kan påverka förpackningsmaterialens art och mängd särskilt när det gäller anskaffning för eget bruk. Stockmanns inköpsavdelning

följer aktivt med utvecklingen i förpackningsbranschen och strävar genom detta att lansera miljövänliga förpackningar på marknaden och samtidigt minska användningen av förpackningsmaterial.

För varuhusen i Finlands del publiceras information om användningen av förpackningsmaterial senare under år 2014 på bolagets webbplats.

ENERGI

EN3 Direkt energianvändning och EN4 Indirekt energianvändning

Koncernens energiförbrukning utgörs främst av el, värme och fjärrvärme. Energiförbrukningen förorsakas av belysning, ventilation, uppvärmning och nedkylning av butiks-, lager- och kontorslokaler och av elapparater som används i dessa, bl.a. hissar och rulltrappor samt kylanordningar och IT-utrustning. Vid både varuhusgruppens och modekedjornas butiksändringar och nya miljökoncept tar man allt mer hänsyn till miljöfrågor. Till exempel drar man nytta av naturligt ljus i ljusgårderna i Stockmanns nya varuhus i Itis och cirka 90 procent av varuhusets belysningslösningar har genomförts med energisparande LED-belysning. Lindex har mer än fyrdubblat sitt datacenters produktionsförmåga från år 2007. Samtidigt har centrets energiförbrukning mer än halverats. Energiförbrukningen för år 2013 redovisas även i samband med nyckeltalet EN7 och koldioxidfotavtrycket på sidan 28.

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2011–2013

	2013	2012	2011
DIREKT FÖRBRUKNING			
Lätt brännolja (l)	3 402	532	4 325
Naturgas (MWh)	19 954	13 526	15 055
INDIREKT FÖRBRUKNING			
Elektricitet (MWh)	166 548	171 585	169 900
Fjärrvärme och -kylning (MWh)	111 975	90 058	96 883
Vatten (m ³)	305 536	287 297	267 185

Rapporteringen av lätt brännolja har breddats och innehåller nu bränsle för reservkraftaggregaten i Finland, Baltikum och Sverige. Jämförelsesiffrorna för naturgas från tidigare år har förändrats till megawattimmar (MWh). Elektricitet täcker koncernens alla funktioner exklusive franchiseverksamheterna. Värme- och kylningsenergi täcker koncernens samtliga funktioner exklusive franchiseverksamheterna, samt Stockmann Beauty- och Seppäläbutikernas förbrukning. År 2013 breddades rapporteringen att täcka kylningsenergiförbrukningen från flera funktioner samt värmeförbrukningen från Seppäläs butiker. Vatten täcker varuhusgruppens alla funktioner (exklusive Stockmann Beauty-butikerna och Itisvaruhuset), Lindex distributionscenter, Seppäläs huvudkontor och logistikcenter.

CERTIFIKATAUDITERINGAR 2013

	Externa	Interna
ISO 14001	5	14
ISO 22000	1	1
MSC	4	7

I varuhusen och stödfunktionerna i Finland genomfördes år 2013 sammanlagt 10 externa och 22 interna certifikat-auditeringar.

EN7 Initiativ för att minska indirekt energianvändning samt uppnådd reducereing och EN5 Minskad energianvändning genom sparande och effektivitetsförbättringar

I Stockmannvaruhuset har man sedan länge arbetat målmedvetet för att minimera energiförbrukningen. Energi- och materialeffektivitet, avfallshantering samt logistik är fokusområden inom energibesparingen för alla enheter i hela Stockmannkoncernen.

I de finska varuhusfastigheterna fortsattes energieffektivitetsprogrammet som startade år 2012. Med hjälp av programmet har man kunnat minska driftkostnaderna på ett betydande sätt. Inom ramen för programmet gick man igenom drifttiderna inom husteknik när det gäller till exempel ventilation och elförbrukning och optimerade uppstart- och nedstängningstider.

Under år 2013 gick man igenom belyningsstyrningen i varuhuset i Finland och optimerade belyningen särskilt för den städning som utförs på natten och andra nattarbeten. Därutöver strävade man efter att på Delikatessen-matavdelningarna effektivisera användningen av kylgardiner med hjälp av nya anvisningar och därmed kunde man minska kylbehovet för livsmedel. Sommertid sparades energi med hjälp av nattventilationer där man drar nytta av sval nattluft i varuhusens ventilation. Inom logistiken strävar man ständigt efter att optimera antalet transporter med hjälp av effektiva transportlösningar. Man uppnådde besparingar genom att bland annat dirigera icke-kommersiella leveranser till centrallagret varifrån de distribuerades till verksamhetsställena i samband med andra transporter. Genom att optimera storleken på avfallskomprimatorerna har man kunnat effektivisera mängden avfallstransporter per vecka. Även i

Lindexbutikerna har man stort fokus på ständigt minimera energianvändningen och alla butiker följer rutinmässigt en checklista för effektiv energianvändning.

I maj 2013 inslöt sig Stockmanns varuhusgrupp i Finland till handelns energieffektivitetsavtal. Inom ramen för avtalet kommer Stockmann att genomföra energirevisioner för sina lokaler och göra upp ett handlingsprogram som genomförs under åren 2014–2016 för att effektivisera energiförbrukningen.

Miljöhänsyn och -konsekvenser beaktas även i koncernens stödfunktioner. Under år 2014 kommer Varuhusgruppens huvudkontor och en del av medarbetarna i koncernadministrationen att flytta till nya, energieffektiva lokaler som även tar hänsyn till hållbar utveckling. Energieffektivitet är i fokus även vid planeringen av den nya distributionscentralen för varuhuset i Finland och Baltikum, som kommer att öppnas år 2016.

VATTEN

EN8 Vattenanvändning, EN10 Återvunnen och återanvänd vattenvolym samt EN21 Utsläpp till vatten och EN25 Vattendrag, på vilka organisationens utsläpp har en betydande inverkan

Största delen av koncernens vattenanvändning sker i varuhusens restaurang-, köks- och sanitetslokaler. Verksamhetsställena för affärsenheternas och koncernens stödfunktioner använder vatten från lokala vattenverk. Vattenförbrukningen minimeras genom att ge personalen och hyresgästerna anvisningar, genom att förebygga och reparera också små läckor samt genom att skaffa allt effektivare vattenarmaturer då de byts ut.

Stockmannkoncernen har en egen produktionsenhet, centralköket, som certifierats för livsme-

delssäkerhet (ISO 22000) och som tillverkar Meals-, Deli-, sushi- och caféprodukter för varuhuset i huvudstadsregionen i Finland. Det avloppsvatten som uppkommer i verksamheten styrs till det kommunala avloppsnätet. Stockmann har inga andra produktionsanläggningar eller fabriker och bolaget har inga utsläpp i vattendrag och vatten varken återvinns eller återanvänds i verksamheten.

Vattenanvändning i leveranskedjan

Vi har medverkat i mångåriga projekt för att minska vattenförbrukningen och andra miljökonsekvenser i Indien och Bangladesh, som är viktiga produktionsländer för koncernen, och där kläd tillverkning står för en betydande del av vattenförbrukningen. Better Cotton Initiative (BCI)-projektet i Indien, Sustainable Water Resource (SWAR)-projektet i Indien och Partnership for Cleaner Textile (PaCT) i Bangladesh är exempel på långsiktiga samarbetsprojekt för att minska miljökonsekvenserna i olika skeden av klädproduktionen, från bomullsodling till tygfärgning. Tilläggsinformation om våra miljöprojekt finns på sidan 15 och på bolagets webbplats.

BIOLOGISK MÅNGFALD

EN11 Ägda och förvaltade områden i fråga om biologisk mångfald och EN12 Väsentlig påverkan från bolagets aktiviteter på den biologiska mångfalden i skyddade områden samt områden med hög biodiversitet

Bolagets varuhus och butiker ligger i områden som planlagts som affärsfastigheter. Eftersom de kommersiella verksamheterna inte ligger på skyddade områden eller områden med högt biologiskt

mångfaldsvärde, har koncernen liten effekt på biodiversiteten.

EN15 Hotade arter i områden som påverkas av organisationens verksamhet

Inga hotade arter finns i det område som direkt påverkas av bolagets verksamhet. Indirekta konsekvenser uppkommer genom sålda produkter. Närmare riktlinjer gällande indikatorn EN15 anges i punkt EN26.

EN16 Direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser och EN17 Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser

Stockmann har rapporterat på ett omfattande sätt om sina växthusgasutsläpp sedan år 2010 och förbättrat rapporteringens täckning för varje år. Rapporteringen av växthusgasutsläpp fungerar som ett ledningsverktyg i bolaget och skapar en grund för att bestämma objekt där utsläpp ska minskas och för att uppställa mål för minskningar. Under år 2013 utvecklades rapporteringen och dokumenteringen av tillhörande bakgrundsuppgifter. Rapporteringen omfattar nu varuhusgruppens och modekedjornas funktioner i alla verksamhetsländer med undantag av franchiseverksamheten. För de delar där uppmätt information inte har varit tillgänglig har använts uppskattningar som grund för beräkningen.

PricewaterhouseCoopers Oy fungerade som rådgivare vid beräkningen av Stockmanns koldioxidavtryck år 2013 som utfördes enligt de internationella rapportprinciperna för Greenhouse Gas Protocol (GHG). Stockmannkoncernen rapporterar sitt koldioxidavtryck årligen i den internationella enkäten Carbon Disclosure Project (CDP). Beräkningen av koldioxidavtrycket finns på sidan 28.

EN18 Initiativ och åtgärder för att minska utsläppen av växthusgaser, samt uppnådd minskning

Stockmannvaruhuset i Finland satsar på energieffektivitet genom frivilliga åtgärder samt olika projekt och avtal. Information om dessa åtgärder och effektivitetsförbättringar för att minska den indirekta energiförbrukningen samt uppnådda besparingar ges i samband med indikatorerna EN5 och EN7.

Stockmannvaruhuset i Finland samt ett stort antal av Lindex butiker och huvudkontor deltog i WWF:s globala Earth Hour-evenemang genom att släcka ljusen på fasaderna, skyltfönstren och vindfången under evenemanget. Dessutom blev varuhuset i Helsingfors medlem i Helsingfors stads Klimatpartnernätverk, vars mål är att skapa samarbete för att minska koldioxidutsläpp.

EN22 Avfall

Avfall som uppkommer genom affärsenheternas verksamhet består främst av förpackningsavfall, som papp och plast. I varuhusgruppen uppkommer också bioavfall från centralköket, Delikates-

sen-matavdelningen samt restaurang- och caféverksamheten.

Källsorteringsresultaten för olika verksamhetsställen följs upp varje månad och man försöker hålla mängden blandavfall så liten som möjligt. Varuhuset i Finland har satsat på avfallssortering och återvinning genom att utbilda personal, utveckla anvisningar och förenkla praxis vid källsorteringen.

Den totala mängden avfall minskade år 2013. Mängden blandavfall kunde minskas tack vare en noggrannare sortering, och således förbättra nyttoanvändningsgraden.

Under år 2013 utökades insamlingen av metall och glas genom att ansluta det nya Itisvaruhuset till insamlingen. I Helsingforsvaruhuset började man insamla krympplast och plastfilm som en ny avfallsfraktion. Nu sker insamlingen i tre varuhus och tre lager. Tack vare de goda erfarenheterna planeras insamlingsmöjlighet i de övriga varuhuset.

Varuhuset i Finland överträffade sitt ambitiösa mål, 95 % sorteringsgrad med ett resultat på 96,2 %. Av avfallet i Lindex och Seppäläs huvud-

kontor och logistikcentraler källsorteras och av avfallet återvanns 99 procent.

Avfallshanteringssystemen i Finland, Baltikum och Ryssland skiljer sig från varandra. T.ex. avviker avfallslagstiftningen, antalet avfallsfraktioner och avfallsets slutdeponering länderna emellan.

I fråga om affärsenheten modekedjorna gäller avfallsrapporteringen verksamheten i huvudkontoret samt logistikcentralerna i anslutning till huvudkontoret. Lindex- och Seppälä-butikerna verkar i regel i hyrda lokaler i köpcenter, varvid sorteringen och återvinningen av avfall sker i enlighet med de möjligheter som fastigheten tillåter.

EN23 Väsentligt spill

Under år 2013 inträffade varken några miljökador eller miljöolyckor eller miljörelaterade förseelser.

PRODUKTER OCH TJÄNSTER

EN26 Åtgärder för att minska miljöpåverkan från produkter och tjänster, samt resultat härav

Miljökonsekvenserna beaktas i all verksamhet och i produktsortimentet, som omfattar egna produkter och inom varuhusgruppen även internationella och inhemska märkesprodukter.

Stockmannvaruhuset

Stockmannvaruhuset har ett brett produktutbud med över 1,7 miljoner olika produkttitlar. Bland dessa finns ett stort utbud som gör det möjligt att handla ansvarsfullt. Inom till exempel mode, kosmetik och hushållsprodukter kan man välja produkter som har tillverkats i ekologiska eller återvunna material, samt produkter som beviljats svanenmärke, energimärkning eller Ökotex 100-märke.

I Stockmann Delikatessen-matavdelningarna finns gott om ekologiska och rättvisemärkta livsmedel. Delikatessens sortiment innehåller över 1 600 ekologiska produkter. Stockmann Delikates-

AVFALLSMÄNGDER 2011–2013 (ton)

	Varuhusgruppen, Finland			Varuhusgruppen, utlandet			Lindex			Seppälä			Totalt		
	2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011	2013	2012	2011
ÅTERVINNBART AVFALL															
Kartong och papper	2 199	2 201	2 242	613	536	300	1 234	3 181	1 166	257	277	309	4 303	6 195	4 017
Energiavfall	1 260	1 344	1 227	0	102	ej mätt	0.1	21	28	15	17	20	1 275	1 483	1 274
Bioavfall	2 280	2 310	2 433	410	256	354	0	2	1	4.9	5	5	2 695	2 573	2 794
Övrigt (plastfilm, metall, glas)	142	131	81	28	22	26	31	104	83	7.3	4	7	208	260	198
BLANDAVFALL	228	334	484	5 460	7 104	6 115	1.8	0	4	5.7	5	7	5 695	7 444	6 610
PROBLEMAVFALL	5.5	10	7	5.5	5	ej mätt	0.2	1	ej mätt	1.1	0	0	12	16	7
TOTALT	6 115	6 330	6 474	6 516	8 021	6 796	1 267	3 307	1 282	291	308	348	14 189	17 972	14 899
ÅTERVINNING, %	96	95	93	16	11	10	100	100	100	98	98	98	60	59	56

För varuhusens del täcker avfallsrapporteringen alla länder och funktioner förutom Stockmann Beauty-butikerna. För Rysslands del (varuhusgruppen, utlandet) har uppgifternas tillgänglighet och rapportering förändrats jämfört med fjolåret. Lindex siffror täcker logistikcentret och en del av huvudkontorets funktioner. Seppäläs siffror täcker huvudkontoret och logistikcentret.

sema har certifikatet Marine Stewardship Council (MSC). MSC-certifierad fisk, som säljs i fiskdiskarna vid sidan av det övriga sortimentet, är vild fisk som fångats utomlands på ett ansvarsfullt sätt, utan att riskera fiskbestånden, och vars ursprung kan spåras ända till fiskens fångstplats.

Stockmann förutsätter att försäljarna känner miljömärkta produkter inom sitt ansvarsområde och kan vid behov erbjuda dessa till kunder som är intresserade av miljöfrågor. Försäljarnas kunskap om miljömärkningar kartläggs vid årliga revisioner och antecknas i revisionsrapporten.

Modekedjorna

Under 2013 hade Lindex 12,4 miljoner produkter som tillverkats av ekologisk bomull, Better Cotton-bomull, återvunna fibrer eller Tencel-fiber till försäljning. I oktober lanserade Lindex den nya LXM-kollektionen för män. Kollektionens produkter är till 95 procent tillverkade av hållbara material. Råmaterialen för produkterna omfattar allt mer bomull från projektet Better Cotton Initiative (BCI). Vid odlingen av denna bomull fokuserar man på att minska den negativa miljöpåverkan och öka hela samhällets välfärd. År 2013 sålde Lindex cirka 150 000 produkter tillverkade av BCI-bomull. Produkter tillverkade av ansvarsfulla material omfattar redan cirka 17 procent av Lindex kollektion. Det långsiktiga målet för kedjan är att ytterligare öka användningen av ansvarsfulla material som råvara.

Seppälä har i några års tid ökat användningen av ekologiskt odlad bomull som råmaterial för sina produkter. År 2013 omfattade Seppäläs sortiment 400 000 stycken produkter som tillverkats av ekologisk bomull. Dessutom omfattade sortimentet 10 000 par strumpbyxor som tillverkats av återvunnen polyester. Antalet produkter som tillverkats

av ekologisk bomull fördubblades från föregående år och målet för år 2014 är att återigen fördubbla antalet produkter som tas till försäljning, då andelen av ekologiska bomullsprodukter uppgår till fyra procent av sortimentet. Produkter som tillverkats av ekologisk bomull är märkta ”Organic Cotton”.

Produktiklinjer

Stockmannkoncernens affärsenheter drar vid behov upp riktlinjer för produktsortiment och inköpsverksamheten. Till exempel är värdig och respektfull behandling av djur ett av de grundläggande kraven som ställs på våra varuleverantörer. I leverantörsanvisningarna finns separata bestämmelser gällande läder- och pälsprodukter, behandling av merinofår, djurpäl, dun och fjädrar samt djurtester på kosmetiska produkter. Ett förbud mot sandblåstring av jeans är en av de riktlinjer som gäller koncernens egna modemärken. Under år 2013 drogs upp en separat riktlinje för respektfull behandling av angorakaniner, när behandlingen av angorakaniner togs upp som ett offentligt diskussionsämne i och med att djurrättsorganisationen PETA publicerade en video i slutet av november. Riktlinjen innebär att Stockmanns egna modemärken endast godkänner angoraprodukter från leverantörer som kan bevisa det exakta ursprunget av angoraullen samt att djuren behandlas väl. Av denna anledning skar man kraftigt ned på sortimentet av angoraprodukter för år 2014. Koncernens modekedjor Lindex och Seppälä har beslutat att tills vidare avstå från användningen av angora.

Riktlinjerna för Stockmannvaruhusens produktsortiment gäller bland annat fisksortiment, ägg och tropiska trädslag.

Mer information om riktlinjerna återfinns på adresserna stockmanngroup.com och lindex.com.

EN27 Återvinning och återanvändning av produkter och förpackningsmaterial

I varuhusens och modekedjornas verksamhet har man fäst vikt vid att minska alla typer av avfall. Varuhuset donerar brödprodukter till välgörenhet genom sina samarbetspartner. Dessutom har man i varuhuset i Finland inlett ett samarbete med några partner för att återanvända utgående produkter, överflödigt material och gamla arbetskläder samt försäljnings- och kontorsmöbler. Även Stockmann Beauty-försäljarnas gamla arbetskläder donerades till återanvändning. Seppäläs provplagg och utgångna produkter donerades till återanvändning genom välgörenhetsorganisationer. Sedan många år ser Lindex till att alla överblivna plagg från butik och inköps- och produktionskontor går till välgörenhet, återanvändning och återvinning.

Till Stockmannvaruhuset kan avgiftsfritt returneras bärbara batterier samt el- och elektronikapparater från privathushåll, lysrör och energisparlampor utan inköpskrav. Varuhusgruppen och modekedjorna samarbetar med olika organisationer och varuleverantörer för att uppmuntra kunderna att återvinna gamla kläder. Läs mer på sidan 15.

EFTERLEVNAD

EN28 Betydande överträdelser av miljölagstiftningen och miljöbestämmelser

Inga förseelser inträffade under år 2013.

TRANSPORTER

EN29 Väsentlig miljöpåverkan genom transporter

Stockmannkoncernen har 16 varuhus och över 700 butiker. Kedjan av butiker sträcker sig från Norden till Ryssland och ända till Saudiarabien. Vi betjänar våra kunder i olika länder och på olika kontinenter, vilket betyder att varudistributionen till våra butiker förorsakar utsläpp. Vi fäster stor vikt vid effektiva och miljövänliga varuflöden. Transporterna från inköpskontoren i Asien till logistikcentralerna sker i regel genom fartygsfrakt. Lindex är med i initiativet Clean Shipping och kräver att rederierna skall arbeta för en renare sjöfrakt och registrera fartygen i Clean Shipping index.

Vid möten utnyttjas video- och telefonkonferenser. Man tar hänsyn till de utsläpp som orsakas av affärsresor och försöker gynna alternativ med låga utsläpp vid tjänsteresor. Till exempel försöker man använda tåg vid resor mellan Helsingfors och S:t Petersburg, och mellan Stockholm och Göteborg.

Varuhusens nya distributionscentral som öppnas år 2016 kommer att minska transporterna i huvudstadsregionen avsevärt. Målet är att minska utsläppen från transporter med 20 procent.

Noggrannare CO₂-utsläpp rapporteras i samband med beräkningen av koldioxidfotavtrycket som finns på sidan 28.



Stockmannkoncernens miljöpolicy uppdaterades under rapportåret och omfattar bolagets egna verksamheter i alla verksamhetsländer. Du kan läsa mer om miljöpolicyen på bolagets webbplats.

STOCKMANNKONCERNENS KOLDIOXIDFOTAVTRYCK

Rapporteringen av växthusgasutsläpp fungerar som ett ledningsverktyg i Stockmannkoncernen och skapar en grund för att bestämma objekt där utsläpp ska minskas och för att uppställa mål för minskningar. Rapporteringen omfattar nu varuhusgruppens och modekedjornas funktioner i alla verksamhetsländer med undantag av franchising-verksamheten. Detta är fjärde gången som Stockmann rapporterar om växthusgasutsläpp för alla funktioner inom koncernen. Jämförelsetalen anges dock endast för år 2012 på grund av betydande förändringar i beräkningens omfattning mellan år 2011 och 2012. Förändringarna i beräkningens omfattning förklaras i tabellen "Växthusgasutsläpp 2012–2013".

PricewaterhouseCoopers Ab har verkat som rådgivare vid beräkningen av koldioxidfotavtrycket för år 2013. Beräkningen genomfördes enligt de internationella rapportprinciperna för Greenhouse Gas Protocol. Utöver CSR-rapporten rapporterar Stockmann växthusgasutsläppen i den internationella CDP-enkäten.

UTSLÄPP ÅR 2013

Vi utvecklar kontinuerligt beräkningen av vårt koldioxidfotavtryck. Beräkningen för år 2013 utfördes för första gången centraliserat för hela koncernen. Samtidigt utökades omfattningen av rapporteringsobjekt och uppgifternas tillförlitlighet förbättrades. För första gången inkluderades avfall från verksamheten i Ryssland i beräkningen. Även andelen av importfrakt ökades. Dessa förändringar syns som större rapporterade utsläpp än året innan i dessa rapporteringsobjekt. De största

utsläppen uppkommer vid produktionen av köpt energi, särskilt el. Utsläppen från importfrakten och enheternas avfallshantering var de viktigaste bland de övriga utsläppen.

Förbrukningen av köpt energi (kWh) minskade, men samtidigt ökade koldioxidutsläppen något till följd av ändringar i energiproducenternas produktionsprofil.

Inom modekedjorna kunde man minska andelen uppskattade uppgifter, eftersom mer uppmätta uppgifter om elförbrukningen fanns till hands.

Den rapporterade förbrukningen av energi för uppvärmning och kylning ökade eftersom beräkningen utökades till att inkludera värmeförbrukningen i Seppäläbutikerna och förbrukningen av energi för kylning i flera objekt. Detta ökade även den rapporterade utsläppsmängden.

De indirekta Scope 3-utsläppen för år 2013 uppges till väsentliga delar. De viktigaste av dessa är importfrakter, distributionstransporter och avfall.

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2012–2013 (tCO₂e)

	2013	2012	Förändring i beräkningen år 2013
Direkta utsläpp (Scope 1)	206	742	
Egen energiproduktion	206	742	Beräkningen har utökats när det gäller bränsleförbrukningen hos reservkraftaggregat. Fordon har överförts till Scope 3.
Indirekta utsläpp från köpt energi (Scope 2)	75 645	72 759	
Elenergi	52 683	50 748	Uppskattade uppgifter har ersatts med uppmätta uppgifter.
Energi för uppvärmning och kylning	22 962	22 011	Beräkningen har utökats: nya objekt för energi för uppvärmning och kylning.
Övriga indirekta utsläpp (Scope 3)	39 058	24 639	
Importfrakt	24 272	14 969	Beräkningen har utvidgats.
Distributionstransporter	4 339	3 393	Se 'Undvikna utsläpp'.
Avfall	4 477	1 350	Beräkningen har utökats att omfatta varuhusgruppens uppgifter för Ryssland, Estland och Lettland.
Kylmedel	3 175	3 391	
Affärsresor	2 419	1 536	Beräkningen har utvidgats.
Fordon	376	0	År 2012 rapporterat i Scope 1.
Undvikna utsläpp	1 983	0	Rapporteras separat. Minskats från distributionstransporterna år 2012.

SCOPE 1

Direkta växthusgasutsläpp

- Egen energiproduktion (reservkraftaggregat)

SCOPE 2

Indirekta växthusgasutsläpp för köpt energi

- Elenergi
- Energi för uppvärmning och kylning

SCOPE 3

Övriga väsentliga indirekta växthusgasutsläpp

- Importfrakt (egen anskaffad)
- Distributionstransporter
- Avfall
- Kylmedel
- Affärsresor
- Fordon

LEDNING AV EKONOMISKT ANSVAR OCH NYCKELTAL

Stockmannkoncernens verksamhet i alla länder bygger på lokala lagar och bestämmelser samt följer koncernens grundvärden och uppförandekod (Code of Conduct).

Stockmannkoncernens moderbolag Stockmann Oyj Abp noteras på NASDAQ OMX Helsingforsbörs. I sitt beslutsfattande och i sin förvaltning iakttar Stockmann den finska aktiebolagslagen, bestämmelserna i sin bolagsordning, NASDAQ OMX Helsingfors insiderinstruktioner och annan tillämplig lagstiftning och andra tillämpliga bestämmelser. Stockmann följer Värdepappersmarknadsförningen rf:s finska kod för bolagsstyrning (Corporate Governance) i sin helhet.

Stockmann Oyj Abp:s högsta beslutande organ är bolagsstämman, som bl.a. godkänner bolagets bokslut, beslutar om ansvarsfrihet för styrelsen och verkställande direktören, samt utser styrelsemedlemmarna.

Stockmanns styrelse består för närvarande av åtta medlemmar, varav ingen är heltidsanställd och alla är oberoende av bolaget. Majoriteten av styrelsemedlemmarna är oberoende av betydande aktieägare i bolaget. Personalen har utsett två representanter som har närvaro- och yttranderätt vid styrelsemöten. Styrelsen utser bolagets verkställande direktör, som leder den operativa verksamheten i bolaget enligt styrelsens anvisningar och bestämmelser. Styrelsen utser också de övriga medlemmarna i koncernens ledningsgrupp. Närmare information om förvaltningssättet i Stockmann ges i årsberättelsen och publiceras på koncernens webbplats, under Utredning om

förvaltnings- och styrsystemet (Corporate Governance Statement).

Merparten av de ekonomiska indikatorerna i Stockmann publiceras i koncernbokslutet 2013 (publicerades 13.2.2014), som har uppgjorts enligt internationell bokslutsstandard (IFRS) med iakttagande av den finska bokförings- och gemenskapslagstiftningen som kompletterar IFRS-bestämmelserna. Koncernens ekonomidirektör och ekonomiavdelning ansvarar för koncernens ekonomiska rapportering. Revisorer som utses av bolagsstämman granskar bolagets bokföring, bokslut och administration. Den interna revisionen undersöker och utvärderar effektiviteten i affärsfunktionerna, riskhanteringen och den interna kontrollen. Den interna revisionen fungerar som en separat enhet under verkställande direktören och rapporterar sina observationer till styrelsen.

Stockmanns informationsgivningspolicy syftar till att säkerställa att samtliga aktörer på marknaden samtidigt har tillgång till tillräcklig och korrekt information om Stockmann som grund för prissättningen av Stockmanns aktie. All investerarinformation publiceras på adressen stockmann-group.com på finska, svenska och engelska. Ekonomisk information offentliggörs om moderbolaget och koncernen som helhet samt dess affärsenheter.

Sedan år 2010 är Stockmann ett av företagen i indexet OMX GES Finland Sustainability. Stockmann är med i de holländska investeringsbolagen Kempen Capital Managements och SNS Asset Managements index Kempen/Smaller Europe SRI för hållbar utveckling.

Koncernens internationella verksamhet ställer även krav på åtgärder som bekämpar korruption. Stockmann har uppgjort handlingsanvisningar för personalen vid missbruks- och intressekonfliktsituationer. Dessutom är Stockmann grundande medlem i Transparency Finland rf, som främjar verksamhet som motverkar internationell korruption. Takorganisationen Transparency International är verksam i 90 länder.

NYCKELTAL FÖR EKONOMISKT ANSVAR

EKONOMISK VERKSAMHET

EC1 Skapat och levererat ekonomiskt mervärde

Stockmannkoncernens verksamhet producerar ekonomiskt mervärde för bolagets intressentgrupper samt verksamhets- och marknadsområden. Största delen av det ekonomiska mervärdet går till personalens löner och arvoden: Stockmann sys-

EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENTGRUPP

Milj. euro	2013	2012	2011	2010	2009
Skapande av mervärde					
Kunder	2 041,6	2 118,8	2 006,1	1 830,1	1 702,9
Varuleverantörer och serviceproducenter	-1 567,3	-1 610,4	-1 533,8	-1 474,8	-1 380,6
Mervärde producerat av Stockmann	474,3	508,4	472,3	355,3	322,2
Fördelning av mervärde					
Personal	-353,5	-361,0	-348,6	-324,0	-294,6
Aktieägare	-28,8	-43,2	-35,9	-58,3	-51,2
Finansierare	-32,1	-34,2	-34,9	-22,8	-28,4
Offentliga sektorn	-22,7	-45,4	-46,4	-33,7	-40,1
Utdelat till intressentgrupperna totalt	-437,0	-483,8	-465,8	-438,8	-414,3
Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten	37,2	24,6	6,5	-83,5	-92,0

selsatte under år 2013 i genomsnitt 14 963 personer som under räkenskapsåret förtjänade löner, arvoden och pensionsavgifter till ett sammanlagt värde av 353 miljoner euro. Om det år 2103 inledda konstnadsinsparingsprogrammet berättas i samband med nyckeltalen LA1 och LA2.

Stockmann Oyj Abp:s aktie noteras på Nasdaq OMX Helsingforsbörs. Stockmann hade 59 475 aktieägare i slutet av 2013. Stockmanns styrelse har fastställt målsättningen att över hälften av vinsten från den ordinarie affärsverksamheten ska betalas i dividend. För år 2013 utbetalades 0,40 euro per aktie i dividend.

Som en del av sitt samhällsansvar donerar Stockmann varje år pengar till allmännyttiga ändamål. Stockmanns välgörenhet styrs av donationspraxis som publiceras på bolagets webbplats. Koncernens affärsenheter kan stödja allmännyttiga projekt som en del i sina kommersiella kampanjer. År 2013 började Stockmannvaruhuset i Finland stödja projektet Nya Bamsjukhuset 2017. Tillsammans med sina kunder deltog Index för elfte gången i Rosa Bandet-kampanjen. Mer information om kampanjerna återfinns på sidan 12.

Fördelningen av det mervärde som skapas i Stockmanns verksamhet och fördelas till centrala intressentgrupper presenteras i tabellen på sidan 29. Bolagets ekonomiska nyckeltal och bokslut finns på bolagets webbplats.

EC2 Finansiell påverkan samt andra risker och möjligheter för organisationens aktiviteter, hänförliga till klimatförändringen

Stockmann eftersträvar att i all verksamhet ta hänsyn till de sociala effekterna och utnyttja möjligheterna samt att hantera risker i enlighet med de riskhanteringsprinciper som styrelsen fastställt och enhets- och funktionsspecifika anvisningar.

År 2013 var utmanande för företaget och ett kostnadsbesparingsprogram startades i början av året. Den osäkra ekonomiska utvecklingen som redan pågått en längre tid påverkade särskilt resultatet i verksamheterna i Finland och Ryssland. Stockmanns utmaningar för den närmaste framtiden gäller särskilt den allmänna ekonomiska situationen och ändringar i konsumentbeteendet.

Ansvarsfull konsumtion har ökat i betydelse. Våra kunder tänker allt mer på produkternas ursprung och leveranskedjans konsekvenser för

miljön och samhället. Intresset för ekologisk mat och produkter som tillverkats av ansvarsfulla material har ökat under flera år. Detta skapar möjligheter för en expansion av sortimenten med ansvarsfulla produkter. Dagens konsumenter sätter även värde på olika serviceformer och på att det är lätt att handla, vilket skapar tillväxtpotentialer för våra nätbutiker.

De totalekonomiska konsekvenserna av de risker som klimatförändringen medför för bolagets affärsverksamhet bedöms inte i denna rapport. Vi försöker beakta långsiktiga risker som förknippas med klimatförändringen, till exempel effekterna av prisutvecklingen på energi och tillgången på råvaror, och söker ständigt efter nya lösningar för att förbättra energieffektiviteten i vår verksamhet.

För att trygga tillgången på produkter åt våra kunder granskar vi tillgången på råvaror och därigenom även naturresursernas tillräcklighet. Vid planeringen och anskaffningen av egna märkesprodukter finns en möjlighet att redan vid planeringen beakta att de valda materialerna och produktens tillverkning medför en så liten miljöbelastning som möjligt.

EC4 Finansiellt stöd från den offentliga sektorn

Stockmannkoncernen har inte fått finansiellt stöd från staten under rapportåret.

MARKNADSSTÄLLNING

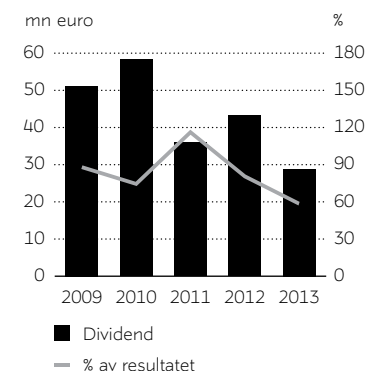
EC7 Lokalanställning

Rapporteras i samband med indikator LA13.

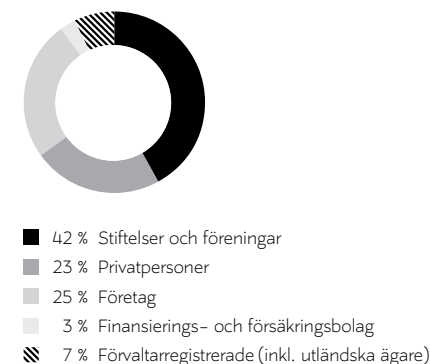
SO7 Åtgärder mot konkurrens, karteller och monopol

Inga rättsliga åtgärder eller böter år 2013.

DIVIDEND FÖR RÄKENSKAPSPERIODERNA 2009–2013



FÖRDELNING AV AKTIER 2013



DE STÖRSTA AKTIEÄGARNA 31.12.2013

	Andel av aktierna %	Andel av rösterna %
1. HTT STC Holding Oy Ab	11,7	10,7
2. Föreningen Konstsamfundet-gruppen	9,4	15,1
3. Svenska litteratursällskapet i Finland r.f.	7,6	15,7
4. Niemistö-gruppen	5,8	9,4
5. Stiftelsen för Åbo Akademi	4,3	6,7
6. Etolabolagen	4,2	6,1
7. Ömsesidiga arbetspensionsförsäkringsbolaget Varma	3,1	0,6
8. Samfundet Folkhälsan i svenska Finland r.f.	2,2	2,7
9. Jenny ja Antti Wihurin rahasto	1,9	2,1
10. Inez och Julius Polins Fond	1,5	0,8

KONTAKTA OSS

Stockmann Oyj Abp

Koncernkommunikation
PB 70, 00621 Helsingfors
Tel. (09) 121 3089

stockmangroup.com/sv/csr

Frågor och respons om rapporten
eller samhällsansvar:
csr@stockmann.com

KONTAKTPERSONER I SAMHÄLLSANSVARSRÅGOR

Nora Malin
Kommunikationsdirektör
nora.malin@stockmann.com

Johanna Stenbäck
CSR-expert
johanna.stenback@stockmann.com

Lindex samhällsansvar:
Linda Skogsberg
Kommunikationskoordinator
beträffande samhällsansvarsfrågor
linda.skogsberg@lindex.com

Seppäläs samhällsansvar:
Maarit Kautto
Kommunikationskoordinator
maarit.kautto@stockmann.com



 **STOCKMANN**
LINDEX
Seppälä

På CSR-rapportens pärm år 2013 har fotats Lindex jacka som är tillverkad i Turkiet samt Seppäläs tröja från kollektionen Organic Cotton, tillverkad i Bangladesh.





Koncernkommunikation
PB 70, 00621 Helsingfors
Tel. (09) 121 3089

www.stockmanngroup.com/sv/csr