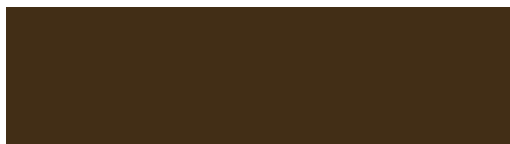




CSR
RAPPORT
2011





Innehåll

- 3 Verkställande direktörens översikt
- 4 Strategin för samhällsansvar
- 5 Stockmanns intressentgrupper
- 6 Stockmannkoncernen i korthet
- 8 Ansvar i 150 år
- 9 Ansvar för personalen
- 12 Ansvarsfulla produkter
- 15 Miljöansvar
- 18 Ekonomiskt ansvar
- 21 GRI-innehållsjämförelse
- 23 Rapporteringsprinciper och kontaktuppgifter



Ansvarsfull affärsverksamhet för kunden

Stockmannkoncernen har egen personal i 16 länder. Det finns över 700 butiker och kedjorna sträcker sig till 15 länder, från Norden till Ryssland och Saudiarabien. En omfattande internationell verksamhet förutsätter att vi verkar på alla marknadsområden med samma spelregler och iakttar lokal lagstiftning.

För att påvisa Stockmanns förbindelse till ansvarsfull affärsverksamhet undertecknade vi i januari 2011 FN:s Global Compact-initiativ. Initiativets 10 principer som gäller mänskliga rättigheter, arbetsliv, miljö och motverkan mot korruption ligger i linje med Stockmanns affärsverksamhet och värden. Ansvar är en del av Stockmanns långsiktiga verksamhet, och vi kommer att satsa på det också i fortsättningen. Denna rapport presenterar Stockmannkoncernens samhällsansvarsarbete under 2011.

Stark försäljningstillväxt i år 2011

Kärnan i vår strategi är lönsam tillväxt. Under år 2011 ökade Stockmannkoncernens omsättning starkt och översteg för första gången gränsen på två miljarder euro. En betydande del av tillväxten kom från marknaden i Ryssland, där motorn för tillväxten var varuhuset och köpcentret som öppnades i S:t Petersburg i november 2010. Modekedjan Lindex omsättning ökade på alla marknader utom i Sverige, där försäljningen låg kvar på samma nivå som föregående år medan totalmarknaden för modehandel sjönk. I Finland var särskilt det utbyggda varuhuset i Helsingfors centrum framgångsrikt.

Omsättningstillväxten täckte dock inte kostnaderna och avskrivningarna som orsakades av kraftig expansionen, särskilt under det första kvartalet 2011. Situationen förbättrades mot slutet av året, och rörelsevinsten för det sista kvartalet var klart större än föregående år. Rörelsevinsten för hela året uppgick till 70,1 miljoner euro, vilket var 18,7 miljoner euro mindre än föregående år. Resultatet per aktie var 0,43 euro. Resultatet försämrades också av ökade finansieringskostnader. Lönsamheten motsvarade inte vår målsättning och vi siktar på en betydande resultatförbättring på längre sikt. Framgångsrika resultat innebär en rörelsefrihet för Stockmann och välansett arbete och möjligheter till utveckling för

personalen. Samtidigt möjliggör man satsningar för att genomföra socialt ansvar och miljöansvar.

Ekonomisk nytta för intressentgrupper

Stockmanns styrelse har fastställt målsättningen att över hälften av vinsten från den ordinarie affärsverksamheten ska betalas i dividend. År 2011 betalade man 58,3 miljoner euro, dvs. 0,82 euro per aktie, i dividend till aktieägarna för 2010 års resultat, som uppgick till 1,10 euro per aktie. På våren 2012 beslutade den ordinarie bolagsstämman att betala 35,9 miljoner, dvs. 0,50 euro per aktie, i dividend vilket var mer än resultatet per aktie.

Trots att vi inte uppnådde de ekonomiska resultatmålen för 2011 producerade vi i likhet med tidigare år mervärde för olika intressentgrupper. Vi köpte material, tjänster och investeringstillgångar av våra leverantörer för över en miljard euro under år. Vi betalade ut över 300 miljoner euro i löner till våra anställda. Utöver detta har man gett ekonomisk nytta till finansärer, kommuner och stater. Vi stöder också olika välgörenhetsorganisationer, såväl direkt som genom kampanjer som riktas till kunder; Lindex Rosa Bandet -kampanj samlade till lokala fonder för forskning mot bröstcancer en donation på nästan en miljon euro år 2011.

Intressentgrupperna värdesätter vår verksamhet. Stockmann värderades som företaget med det bästa ryktet inom handelsbranschen i Företagens rykte och ansvar -undersökning som genomfördes av TNS Gallup år 2011. Frågor som utvärderades i undersökningen var bland annat företagets allmänna offentliga bild, kvaliteten på produkter och tjänster, ekonomisk framgång och ansvar. 52 företag från fem olika branscher var med i undersökningen. I undersökningen intervjuades flera tusen finländare och den genomfördes i sin nuvarande form för andra året i rad i Finland.

Från strategi till praktik i samhällsansvaret

Det centrala i Stockmannkoncernens ansvarsverksamhet under 2011 var att förankra den strategi för samhällsansvar som godkändes vid årets början. Strategin har presenterats i alla affärsenheter, från ledningsgrupper till försäljnings- och kundbetjäningsspersonal.

Under året har vi tagit in allt miljövänligare produkter för försäljning, för att kunna erbjuda våra kunder ansvarsfulla köppplevelser. För att garan-



tera ansvarsfulla verksamhetssätt i leveranskedjorna har man granskat allt flera fabriker som tillverkar produkter för modekedjorna och varuhusens egna varumärken.

Kunden i fokus i 150 år

Stockmann fyllde i februari 2012 aktningensvärda 150 år. Genom ansvarsfull verksamhet har bolaget vuxit från en liten butik vid Salutorget i Helsingfors, först till ett stort varuhus och sedan till en stor internationell koncern inom detaljhandel. Beaktande av kundernas föränderliga behov och utveckling av personalens kunskaper har varit centrala faktorer för företagets framgång under årens lopp. Vi har gått den långa vägen tillsammans med våra partner. Vi är en mångårig samarbetspartner för många varu- och tjänsteleverantörer och ett långvarigt placeringsobjekt för många aktieägare.

Det pågående jubileumsåret betonar Stockmanns långsiktiga verksamhet för kundernas, personalens och hela samhällets bästa. En ansvarsfull verksamhet som värdesätter kunderna och överträffar deras förväntningar är lika viktig idag som för 150 år sedan.

Helsingfors den 10 april 2012

Hannu Penttilä
verkställande direktör

För en hållbar framtid

- Stockmannkoncernen anslöt sig till FN:s Global Compact-initiativet i januari 2011
- Strategin för samhällsansvar godkändes i koncernens ledningsgrupp och dess förankring i organisationen inleddes
- Rapporteringen om samhällsansvar utvecklades enligt GRI-anvisningarna

Ansvar är en viktig del av Stockmannkoncernens affärsverksamhet och ett av bolagets grundvärden. Samhällsansvaret stöder affärsverksamhetens mål och främjar effektiviteten. Vi har förbundit oss att arbeta för en hållbar framtid. Ansvar ingår i varje anställds dagliga arbete och beslutsfattande.

Grunden för ansvarsarbetet vid Stockmann är strategin för samhällsansvar i Stockmannkoncernen som godkändes i januari 2011 och de tio principerna i FN:s Global Compact-initiativet. År 2011 började man förankra den nya strategin. För att uppnå målen startade utarbetning av handlingsplaner i koncernens olika funktioner och med samarbete med personalen behandlades konkreta förslag på hur man kan öka ansvarsfull verksamhet på arbetsplatserna.

Under 2011 utvecklade man rapporteringen om ansvar. Stockmann publicerade sin första samhällsansvarsrapport i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI)-direktivet. Stockmann genomförde den första bredare beräkningen om koldioxidfootavtryck på koncernnivå och rapporterar sina utsläpp av växthusgaser genom Carbon Disclosure Project (CDP). Stockmann uppnådde sina mål med resultatet 61/100 poäng.

Målen för samhällsansvaret

Målen för Stockmanns samhällsansvar indelas i följande delområden: People (socialt ansvar), Planet (miljöansvar) och Profit (ekonomiskt ansvar). Stockmann kommunicerar öppet och regelbundet om sin ansvarsverksamhet samt eftersträvar en allt aktivare kommunikation om ansvarsfrågor.

Fokus för målen i den sociala dimensionen av samhällsansvaret ligger speciellt i de egna anställda och det satsas på utbildning och välfärd i arbetet. Bolagets ansvar sträcker sig också till produkternas leveranskedja, tillverkning och produktsäkerhet. 2011 uppgjorde Stockmann

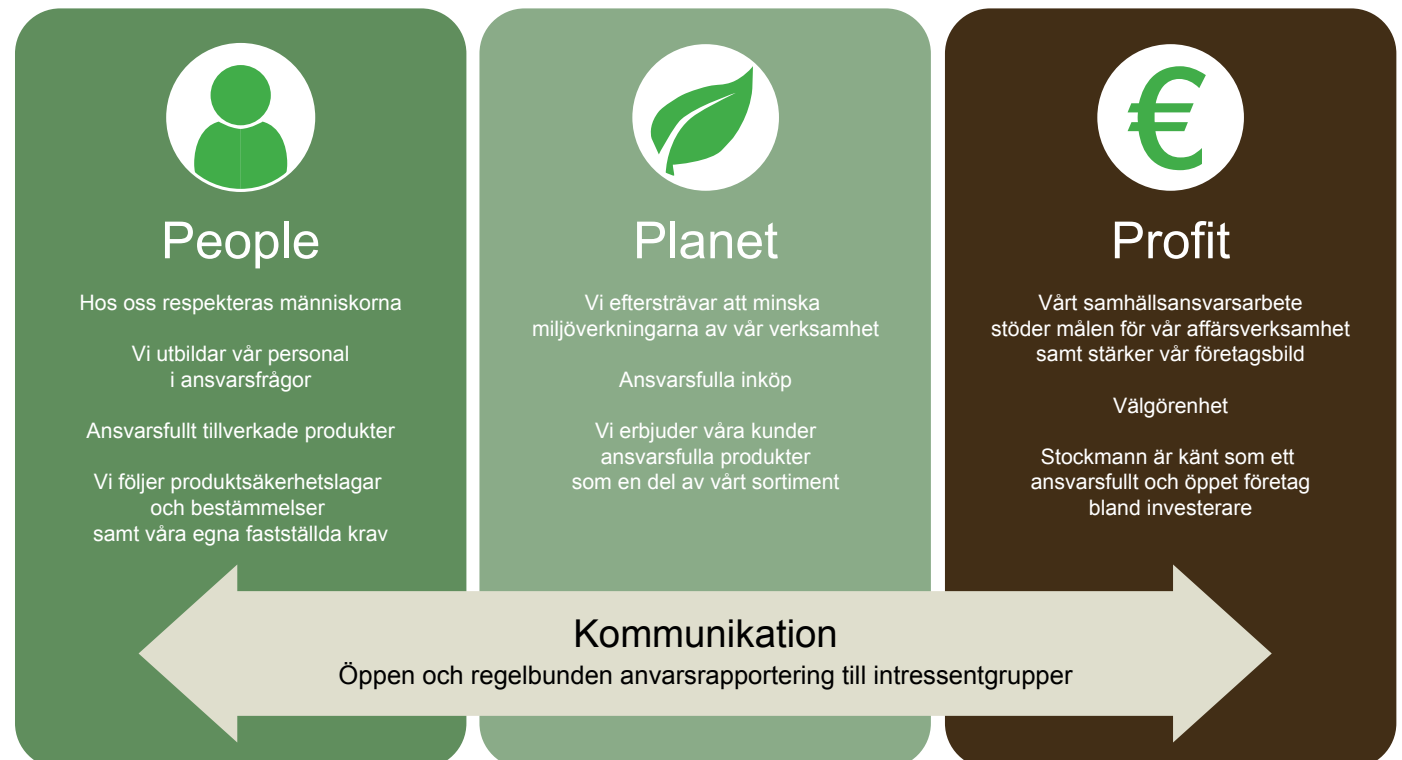
linjer för livsmedel, tillverkning av egna varumärken och varuhusgruppens inköp av icke-kommersiella anskaffningar. Granskningarna av underleverantörers arbetsförhållanden fortsatte.

Varuhusens och Lindex nya butikskoncepter tar miljön hänsyn till allt bättre. Våra kunder kan göra ansvarsfulla val i vårt breda produktsortiment. Till exempel sålde Lindex redan cirka fem miljoner produkter som tillverkats av hållbara material och Seppälä presenterade 2011 sin första kollektion som tillverkats av ekologisk bomull.

Stockmann fortsatte sin ekonomiskt ansvarsfulla verksamhet under år 2011. God förvaltningsledning (Corporate Governance) är en central del av

samhällsansvaret. Vålgörenhet stöds årligen genom donationer till utsedda allmännyttiga samfund. Vålgörenhet utövas även som en del av kommersiella kampanjer, varav Lindex Rosa Bandet-kampanj står för den största donationen.

En styrgrupp för samhällsansvar står för genomförandet av samhällsansvaret i koncernen och tillhörande utvecklingsarbete och uppföljning. Styrgruppens ordförande är varuhusgruppens direktör, koncernens vice verkställande direktör Maisa Romanainen. I gruppen medverkar representanter för varje affärsenhet. Ärenden och förslag som behandlas i styrgruppen förbereds av arbetsgruppen för samhällsansvar i koncernen.



Stockmanns 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 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 med stamkundsoptionsprogram och ökat antalet aktieägarna betydligt genom stamkundsoptionsprogrammen.

Varuleverantörer och tjänsteföretag

Vi engagerar våra leverantörer och tjänsteföretag i vårt CSR-arbete. 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.

VISION FÖR SAMHÄLLSANSVARET:

Vi erbjuder våra kunder
ansvarsfulla köppplevelser.

Vi har förbundit oss att
arbeta för en hållbar framtid.



Internationell föregångare inom detaljhandeln

Stockmann Oyj Abp är ett finländskt börsbolag inom detaljhandeln. Stockmanns tre affärsenheter är varuhusgruppen och modekedjorna Lindex och Seppälä. Stockmann grundades år 1862 och bolaget firar sitt 150-årsjubileum år 2012.

Stockmann har 16 varuhus och över 700 butiker i 15 länder. Huvudkontoret ligger i Helsingfors, Finland. Därtill har koncernen sex inköpskontor i fem asiatiska länder.

Omsättningen ökade år 2011 med 10,1 procent till 2 005,3 miljoner euro. Rörelsevinsten var 70,1 miljoner euro. Antalet anställda var 15 960 i slutet av år 2011. Stockmanns aktie noteras på NASDAQ OMX Helsingfors och bolaget har 56 000 aktieägare.

Varuhusgruppen – More than I expected

Stockmannvaruhuset erbjuder ett unik brett sortiment och kvalitet, ett konkurrenskraftigt förhållande mellan pris och kvalitet samt sakkunnig och utomordentlig kundservice i en inspirerande shoppingmiljö med internationell atmosfär.

Dessutom har varuhusgruppen Hobby Halls näthandel och postorder, köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg, Akademiska Bokhandlar, Stockmann Beauty-kosmetikbutiker, Stockmann och Akademiska Bokhandeln-nätbutiker samt Zara-franchisebutiker i Finland och Bestseller-franchisebutiker i Ryssland. Varuhusgruppens omsättning år 2011 var 1 236,9 milj. euro vilket är 62 procent av koncernens omsättning. Varuhusgruppen har 16 varuhus, och 40 övriga butiker i fyra länder.

Lindex – Inspirerande och prisvärt mode

Lindex affärsidé är att erbjuda inspirerande och prisvärt mode till modeintresserade kvinnor. Modekedjans sortiment omfattar flera olika modekoncept för dam, barn, underkläder och kosmetik. Lindex kollektioner präglas av genomtänkta detaljer, modekänsla och ett högt nyhetstempo.

Lindex omsättning år 2011 var 624,1 milj. euro vilket är 31 procent av koncernens omsättning. Lindex har 446 butiker i 14 länder samt näthandel i 28 länder i Europa.

Seppälä – Sitt livs modehus

Seppälä erbjuder internationellt mode för kvinnor, män och barn. Det breda sortimentet omfattar kläder, accessoarer, skor och kosmetik. Seppälä lockar med snabbt varierande kollektioner och förmågan

att erbjuda mode till rimligt pris.

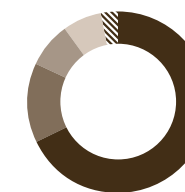
Seppäläs omsättning år 2011 var 143,8 milj. euro vilket är 7 procent av koncernens omsättning. Seppälä har 229 butiker i sex länder samt näthandel i Finland.

Omsättning per marknadsområde 2011



- 51 % Finland
- 25 % Sverige och Norge
- 17 % Ryssland och Ukraina
- 7 % Baltikum och Mellaneuropa

Omsättning per varuområde 2011



- 68 % Mode
- 14 % Livsmedel
- 8 % Fritid och hobby
- 7 % Hem
- 3 % Böcker, tidningar och papper



Stockmann i världen år 2011

Läget 31.12.2011

1. FINLAND

- 7 varuhus
- 7 Akademiska Bokhandlar
- 56 Lindexbutiker
- 138 Seppäläbutiker
- Hobby Halls postorder och 1 butik
- 13 Stockmann Beauty-butiker
- 4 Zarabutiker
- 1 outletbutik

2. SVERIGE

- 208 Lindexbutiker

3. NORGE

- 97 Lindexbutiker

4. RYSSLAND

- 7 varuhus
- 1 köpcentrum
- 17 Lindexbutiker
- 48 Seppäläbutiker
- 18 Bestsellerbutiker
- 1 konceptbutik
- 1 outletbutik

5. ESTLAND

- 1 varuhus
- 7 Lindexbutiker
- 20 Seppäläbutiker
- 1 outletbutik

6. LETTLAND

- 1 varuhus
- 7 Lindexbutiker
- 11 Seppäläbutiker

7. LITAUEN

- 10 Lindexbutiker
- 10 Seppäläbutiker

8. POLEN

- 4 Lindexbutiker

9. TJECKIEN

- 13 Lindexbutiker

10. SLOVAKIEN

- 4 Lindexbutiker

11. UKRAINA

- 2 Seppäläbutiker

12. ISLAND

- 1 Lindex franchisebutik

13. BOSNIEN-HERCEGOVINA

- 3 Lindex franchisebutiker

14. SAUDIARABIEN

- 17 Lindex franchisebutiker

15. FÖRENADE ARABEMIRATEN

- 2 Lindex franchisebutiker

NÄTBUTIKER

- Lindex (EU-länderna och Norge)
- Stockmann, Hobby Hall, Akademiska Bokhandeln och Seppälä (Finland)

INKÖPSKONTOR

- Bangladesh, Indien, Kina, Pakistan och Turkiet



16
varuhus och
40 butiker

446
Lindex-
butiker

229
Seppälä-
butiker

Ansvar i 150 år



Ansvar har varit en viktig del av koncernens verksamhet ända sedan början, även om man inte använde denna term då. Efter att Stockmann vuxit till en internationell koncern inom detaljhandel har ansvaret blivit mer globalt, men grundidén är densamma.

Helpension som anställningsförmån

I början av handelshusets historia, i Lampaska huset vid Salutorget i Helsingfors, bodde Stockmanns butiksbiträden i ägarfamiljens bostad i husets övre våning. Arbetstagarna hade helpension och de åt tillsammans med värdfamiljen. Man fortsatte att ta hand om arbetstagarna också då handelshuset flyttade till större lokaler år 1880. "I ogifta biträdens löneförhöjningar ingick fortfarande helpension, som också omfattade klädvävt och bastupengar", berättar Stockmanns historik från år 1937 om tiden i varuhuset vid Senatstorget.

Fungerande arbetshälsovård

Gratis läkarvård har varit en betydande förmån för Stockmanns anställda personal ända sedan början av 1900-talet. Doktor Wilhelm Stockmann (1868–1932, på bilden), son till Stockmanns grundare, hade en betydande roll i utvecklingen av bolagets arbetshälsovård.



Personalnämnden som en del i dialogen mellan ledning och personal

Stockmann har varit föregångare i samarbetsfrågor i Finland. Bolagets personalnämnd grundades år 1924 (bilden visar ett personalnämndsmöte från år 1976). Samarbetet mellan personal och arbetsgivare i företag blev lagstadgat först år 1979.

Egen barnkrubba för personalens barn

Stockmann grundade en barnkrubba för dagvård av arbetstagarnas barn i Munksnäs år 1946. Barnen fördes på morgnarna med Stockmannbussen (på bilden) från centrum till daghemmet och hämtades tillbaka då föräldrarna avslutat sitt arbete för dagen. I och med den kommunala dagvården behövdes inte Stockmanns barnkrubba längre och den lades ned på 1970-talet.

Kundserviceproffs från egen försäljarskola

Mellan åren 1946 och 1977 hade Stockmann en egen försäljarskola, där man utbildade ungdomar som gått ut folkskolan och ville in i försäljaryrket (på bilden visas deltagare i försäljarskolan år 1950). Utbildningen tog två år, och studierna omfattade såväl lektioner som arbetspraktik i varuhuset. Kundbetjäning, försäljningskunskap och produktkännedom var de viktigaste kunskaperna som lärdes ut i försäljarskolan.

Samhällelig reklam: inhemska produkter och goda handelspartner nyckelord

Stockmanns kampanjer på 1960- och 1970-talet, "Köp hemåt" ("Osta



kottiinpäin") och "Inhemskt mål" ("Kohteena kotimainen"), uppmanade till att gynna finländska produkter. I skyltfönstret år 1977 (på bilden) uppmanades kunderna att köpa engelska produkter så att Finland kunde för sin del exportera produkter till England.

Miljöansvaret träder in i verksamheten

Stockmannkoncernen publicerade sina första miljövärden år 1994. Stockmanns styrelse godkände år 2002 koncernens nya miljöpolitik, som bestämmer koncernens mål och principer för miljöskydd. För Helsingforsvaruhuset utarbetade man ett miljösystem enligt den internationella ISO 14001-standarderna år 2002, och år 2003 beviljades Stockmanns varuhuskedja i Finland ISO 14001-certifikatet.

Anslutning till BSCI

Stockmannkoncernen har sedan år 2005 varit medlem i Business Social Compliance Initiative (BSCI) -initiativet. BSCI är ett gemensamt samarbetsorgan för social kvalitetsövervakning som utvecklats av europeiska företag och organisationer och som styrs av Foreign Trade Association (FTA) i Bryssel.

Anslutning till Global Compact-initiativet

Stockmannkoncernen anslöt sig år 2011 till FN:s Global Compact-initiativ. Initiativet gäller koncernens samtliga affärsenheter. Lindex har följt Global Compact-principerna sedan år 2003. Stockmann har bundit sig vid att stöda och befrämja de tio principerna i Global Compact gällande mänskliga rättigheter, arbetslivet, miljön och verksamhet som motverkar korruption.

Ansvar för personalen

- Fortsatt internationalisering med egen personal i 16 länder
- Varuhusens chefer utbildades under mer än 400 dagar
- Alla chefer i Lindex deltog i ledarskapsutbildningar
- I Seppälä inleddes arbetet med att i praktiken omsätta strategin "Seppälä Simply Stronger"

I målen för Stockmanns sociala ansvar betonas särskilt den egna personalen. De anställda i Stockmann uppmuntras till mångkunnighet och till att kontinuerligt utveckla sig. Stockmann respekterar sina anställda och utbildar dem regelbundet. För att upprätthålla och utveckla en utmärkt kundservice fortsatte man under år 2011 satsningen på introduktion, kundservice- och försäljningskunskap och chefsarbete i hela koncernen.

Nya marknadsområden

Stockmannkoncernen öppnade över 20 nya butiker under år 2011. Den största enskilda rekryteringssatsningen var anställningen av personalen, nästan 300 stockmanniter, till Jekaterinburgvaruhuset som öppnades i mars 2011.

Sammanlagt var 15 960 personer (2010: 16 184) i Stockmanns tjänst vid slutet av året, och av dem arbetade 55 procent (54 procent), dvs. 8 723 (8 754) personer, utanför Finlands gränser. Stockmannkoncernen har personal redan i 16 länder: egna butiker i 11 länder och inköpskontor i fem olika länder. 9 672 (9 806) anställda arbetade i varuhusgruppen, 4 653 (4 709) i Lindex och 1 506 (1 513) i Seppälä. Antalet anställda i koncernförvaltningen minskade något, då en del av funktionerna övergick till varuhusgruppens organisation i början av år 2011. I slutet av år 2011 ingick 129 (156) anställda i Stockmannkoncernförvaltningen.

Mångsidiga karriärmöjligheter

Stockmannkoncernen erbjuder många arbetsuppgifter och möjligheter till olika karriärvägar. I till exempel modekedjan Lindex finns det cirka etthundra olika befattningsbeskrivningar.

En aktiv intern arbetsmarknad och möjligheter till att byta uppgifter mellan affärsenheter, funktioner och länder främjar inlärningen. Hundratal Stockmannanställda använde sig av möjligheten att övergå till nya uppgifter inom företaget under år 2011. Till exempel hittade man nästan alla experter i det egna företaget vid den omfattande organisationsför-

ändringen i varuhusgruppens inköpsfunktioner som började år 2011. I förändringsprojektet beaktade man de anställdas önskemål samt kartlade kompetensbehov genom lämplighetsbedömningar. Den nya inköpsorganisationens funktion, effektivitet och arbetshälsa säkerställs genom att utbilda alla chefer och tjänstemän som arbetar i inköpsorganisationen under åren 2011–2012.

Introduktionspraxis planeras självständigt i affärsenheterna med beaktande av de särskilda behoven i respektive enhet. Gemensamt för introduktionspraxis är ändå att en äldre arbetskamrat eller chef har utsetts för introduktionen och att introduktionen är standardiserad.

I varuhusgruppen utvecklades ledarskap och HR-kompetens under år 2011 bland annat genom den interna utbildningen "Lyckas i chefsarbete" ("Onnistu esimiestyössä") och genom att anlita utomstående utbildningstjänster. Varuhusens chefer utbildades under mer än 400 dagar år 2011. Inom Lindex fokuserade man på bra ledarskap och alla chefer deltog i ledarskapsutbildningar. Dessutom genomförde Lindex utbildning för hela butikspersonalen inom service och sälj. På Lindex värdesätter man samarbete och alla anställda i modekedjan kan delta i planeringen och utvecklingen av företagets verksamhet genom att dela med sig av sina idéer på utvecklingsforumet "Innovation Space".

I Seppälä inleddes implementeringen av affärsstrategin Seppälä Simply Stronger till praktik genom utbildningar. Med den nya strategin är målet att förenkla saker och fokusera på kundservice. I likhet med tidigare år utvecklade butikspersonalen sina kundbetjänings- och försäljningskunskaper i Spirit, Seppäläs program för försäljningsutbildning. Chefsutbildningsprogrammet för Seppäläs butikschefer, Super Leader Academy, fortgick också. Seppälä förnyade introduktionsprogrammet för nyanställda på sitt kontor.

Jämställdhet och samarbete

Koncernens personal bestod år 2011 av 83 procent kvinnor och 17 procent män. Andelen kvinnliga direktörer var 69 procent (70 procent år 2010). Av direktörerna som arbetade i Finland var 68 procent kvinnor (68 procent) och av dem som arbetade i utlandet var 71 procent kvinnor (73 procent). Av styrelsemedlemmarna var tre av åtta kvinnor år 2011. I koncernens ledningsgrupp ingår två kvinnor.

I Finland har affärsenheterna egna personalnämnder som sammanträ-



GRUNDVÄRDEN

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

der fyra gånger om året. I de baltiska länderna har man en liknande verksamhetsmodell. Lindex har sitt eget europeiska koncernsamarbetsorgan, European Works Council. Personalfrågor som berör hela koncernen behandlas i en koncernnämnd i Finland som sammanträder två gånger om året.

Stockmannkoncernens verksamhet i alla länder följer alltid koncernens grundvärden och instruktioner och iakttar lokala lagar och bestämmelser. Koncernens ökande 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.

Belöning av personalen

Koncernens personalkostnader uppgick år 2011 till totalt 390,0 miljoner euro (2010: 361,9 miljoner euro). Den största delen av koncernens personal tillhör något incitamentsystem. Incitamentsystem för chefer och sakkunniga baseras på ekonomiska indikatorer och utvärdering av de personliga arbetsprestationerna. För andra uppgifter används främst gruppincitamentsystem. År 2011 förtjänade personalen i lön och genom olika incitament sammanlagt 307,7 miljoner euro (287,6 miljoner euro år 2010). För Stockmannkoncernens ledning och mellanledning finns även ett optionsprogram för nyckelpersoner, vars kostnad år 2011 uppgick till 1,2 miljoner euro.

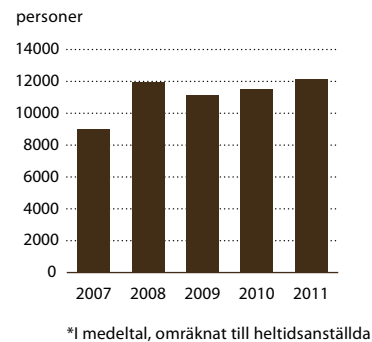
Undersökningar visar att Stockmann är en attraktiv och omtyckt arbetsplats. Anställningarna på Stockmann är ofta långa och personalomsättningen är låg jämfört med andra arbetsplatser i servicebranschen. År 2011 var den fastanställda personalens cirkulation/omsättning till 15 procent.

Enligt den tradition som påbörjades år 1924 belönas anställda som arbetat länge med förtjänstecken. År 2011 fick 626 anställda i koncernen förtjänstecken. De största tecknen som utdelades var tre 45-års-tecken. För att hedra 150-årsjubileet har Stockmann år 2012 infört tecken för 20 och 30 års tjänstetider. Utöver dessa delas tecken ut för 10, 15, 25, 35, 40, 45 och 60 års tjänstetid.

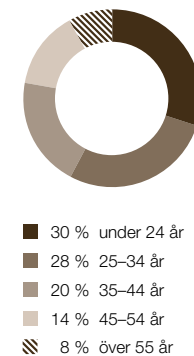
Arbetstrivsel följs upp med personalundersökningar och utvecklingssamtal

Lyckat ledarskap ökar arbetstrivsel. Stockmann svarar på de anställdas förväntningar på bra ledarskap genom att utbilda chefer och regelbundet mäta chefsarbetets kvalitet. Våren 2011 genomfördes en personalundersökning i alla enheter i varuhusgruppen. I samarbete med personalen

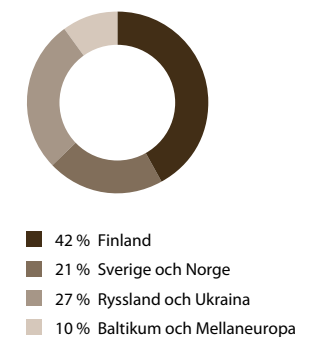
Personal* 2007–2011



Personalens åldersstruktur 2011



Personal per marknadsområde 2011



Personalstatistik

	2011	2010	2009
Anställda 31.12.	15 960	16 184	14 836
i Finland	7 237	7 430	7 153
i utlandet	8 723	8 754	7 683
Antalet anställda i medeltal	15 964	15 165	14 656
Personal omräknat till heltidsanställda, i medeltal	12 172	11 503	11 133
Personalens medelålder	34	35	35
i Finland	34	36	36
i utlandet	37	34	34
Omsättning bland den fastanställda personalen, i medeltal %	30	24	23
i Finland	15	14	15
i utlandet	42	34	30
Sjukfrånvaro, %	4,9	4,3	5,4
i Finland	4,5	4,4	4,7
i utlandet	5,6	4,2	6,6
Andelen heltids-/deltidsanställda av personalen, %	45/55	42/58	44/56
i Finland	43/57	41/59	42/58
i utlandet	46/54	43/57	45/55
Rapporterade arbetsolycksfall på arbetsplatsen i Finland, st.	243	271	231
Personalkostnader, milj. euro	390,0	361,9	327,4
andel av omsättningen %	19,4	19,9	19,3
Kostnader för personalutbildning (utan direkta lönekostnader), milj. euro	0,8	0,7	0,6

gick cheferna igenom resultaten från undersökningen grundligt och framkomna utvecklingsprojekt dokumenterades. Utifrån responsen från personalundersökningarna uppsattes som huvudmål att utveckla den interna kommunikationen. Ett nytt intranät tas i bruk i varuhusgruppen och koncernadministrationen under år 2013.

Utvecklingssamtal har varit en del av ledningsverktygen i Stockmann redan under flera årtionden. I varuhusgruppen förs under år 2012 dessutom en värdediskussion tillsammans med över 500 team. Målet är att förbinda hela personalen till Stockmanns grundvärden och skapa ett gemensamt handlingsätt över lands- och organisationsgränser.

Informationen flödar – intern kommunikation som resurs

I alla affärsenheter används intranät som ett verktyg för intern kommunikation. För anställda som arbetar med försäljningsuppgifter är de viktiga informationskanalerna ändå morgoninformationerna och chefs- eller avdelningsmötena, där man beaktar enhetsspecifika behov.

Gemensamt för mötena är att de ordnas regelbundet och att man vid behov ordnar tillfällen vid olika klockslag för anställda som arbetar i olika arbetsskift.

Hela koncernens personaltidning MeVi har långa anor. Den har utgivits allt sedan år 1942. År 2011 utgavs tidningen fyra gånger. Tidningen utkommer i Finland, Ryssland, Estland och Lettland på respektive lands eget språk.

Arbetshälsovården följer upp personalens arbetsförmåga

Arbetshälsovården 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 de anställda i huvudstadsregionen. På andra orter där det finns varuhus, i Lindex i Finland samt i Seppälä, har arbetshälsovården organiserats genom köpta tjänster.

Arbetshälsovården följer upp personalens hälsotillstånd och arbetsförmåga och stöder vid behov välmående och ork i arbetet för såväl enskilda anställda som team. Diskussionerna om arbetshälsan spelar en viktig roll i genomförandet av principen om chefernas och företagshälsovårdens tidiga ingripande i syfte att förebygga frånvaro. Anställda hänvisas vid behov till olika typer av rehabilitering.

CASE

START-utbildningen är startskottet för karriären på Stockmann

En grundlig introduktion har långa anor i Stockmanns varuhusgrupp. En nyanställd genomgår ett planerat introduktionsprogram som innehåller såväl gemensamma utbildningstillfällen som introduktion i den egna arbetsmiljön. Under introduktionen bekantar den anställda sig med Stockmann som bolag och arbetsgivare, med sin egen arbetsgemenskap och dess handlingsätt, samt med det egna produkt- eller serviceområdet.

En central milstolpe i introduktionen för nya Stockmannanställda är START-utbildningen som man genomgår så snabbt som möjligt, helst inom en månad efter att arbetet börjat. START är avsett för alla anställda i varuhusgruppen och koncernförvaltningen.

Utbildningsprogrammet START förnyades under år 2011, men dess centrala mål har varit samma från årtionde till årtionde. De utbildade coacherna i START-utbildningen ger ett omfattande informationspaket, bl.a. om varumärket Stockmann, kundservice och bolagets handlingsätt. I Finland leds START-utbildningarna av sammanlagt 13 olika coacher. På hösten 2011 ordnades 14 START-utbildningar och på våren 2012 ordnas 20 utbildningar. På våren 2012 införs START-utbildningen också i en form som har skräddarsytt för den lokala utbildningen i Ryssland och Baltikum.

Kundservice- och försäljningskunskaper finslipas efter START i en utbildning i flera faser. I den första fasen koncentrerar man sig på att skapa grundkompetens med ledning av interna coacher. Den sista modulen är riktad mot erfarna kundserviceproffs som under utbildningen fördjupar sig i bl.a. interaktionsfärdigheter.

Kontinuerligt lärande och utbildning är en del av karriärvägen för varje anställd. Upprätthållande av kompetens i kombination med bra ledarskap och högklassigt chefsarbete skapar goda förhållanden för arbetet vid Stockmann.

Spirit- och Soulprogrammen utvecklar modekedjorna

Stockmannkoncernens modekedjor Seppälä och Lindex, uppmuntrar personalen att delta i utvecklingen av företagsverksamheten. Bägge kedjor har sitt eget program: Seppälä har Spirit och Lindex har Soul. Grundtanken är densamma i båda programmen: bland personalen söker man coacher, som presenterar företagets verksamhet för nya personer. Dessutom uppmuntrar coacherna personalen att utvecklas samt att ta lärdom av tips och ömsesidig feedback. Man kan också ge Seppäläs Spiritors och Lindex Soulcoacher respons om både små, vardagliga frågor och även större policyn gällande hela bolagets verksamhet. Alla medarbetare, från administration till butikspersonal, deltar i programmen.

Spirit- och Soulprogrammen strävar efter att kontinuerligt utveckla personalens yrkeskompetens. Genom programmen har man tagit fram nya verktyg och handlingsätt, med vilka man bland annat lyckats öka försäljningen och bättre informera butikspersonalen om butiksspecifika försäljningsmål. Dessutom ökar Spirit- och Soulprogrammen välmåendet på arbetsplatsen och vi-andan i modekedjorna. Kunderna får njuta av resultatet av motiverande coachingprogram, bra och yrkeskunnig kundservice samt en inspirerande shoppingmiljö.



År 2011 deltog 24 ivriga coacher i Lindex Soulprogram.

Ansvarsfulla produkter

- En allt större del av inköpen i de egna märkesprodukterna kommer från granskade producenter
- Lindex sålde fem miljoner produkter som tillverkats av ansvarsfulla material
- Produkter som tillverkats av ekologiskt odlad bomull infördes i Seppäläs sortiment
- Stockmann Delikatessens sortiment av ekologiska livsmedel ökade med ungefär 20 procent

Stockmannkoncernens mål är att säkerställa en ansvarsfull leveranskedja för de produkter som säljs. År 2011 fästes uppmärksamhet på ansvarsfullhet inom mode. Största delen av sortimentet i Stockmann-varuhuset består av internationella och inhemska märkesprodukter, vars ansvarsfullhet behandlas i samband med inköpsförhandlingarna. En betydande del av Seppäläs och Lindex sortiment samt av varuhusens egna märkesprodukter anskaffas genom koncernens sex egna inköpskontor som ligger i Kina, Indien, Bangladesh, Pakistan och Turkiet. Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar.

Socialt ansvar i leveranskedjan

Stockmann har förbundit sig till BSCI (Business Social Compliance Initiative), som syftar till att förbättra arbetsförhållanden i leverantörernas produktionsanläggningar samt gör övervakningen av leverantörerna klarare och enhetligare.

En betydande del av Stockmannkoncernens egna produkter kommer från områden som BSCI klassificerar som riskländer såsom Kina, Indien, Bangladesh och Turkiet. Redan över 80 procent av koncernens inköp av mode och hushållsprodukter från riskländer i den egna importen är från leverantörer, vars produktionsanläggningar fått vitsordet Godkänt i BSCI-revisionsprocessen. Andelen inköp från granskade leverantörer ökade från föregående år på koncernnivå. Utöver detta hade 22 leverantörer SA8000-certifikat under 2011.

Identifierade risker för socialt ansvar i Stockmanns leveranskedjor är till exempel underlåtenhet att iakttä arbetstidslagstiftning, brister i arbetarsäkerhet samt användning av barnarbetskraft och tvångsarbetskraft. Under år 2011 uppmanade Stockmann de leverantörer som var med i BSCI-

revisionsprocessen att delta i utbildningar om goda och säkra arbetsförhållanden.

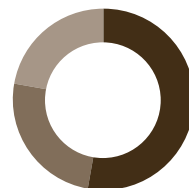
Oberoende fabriksrevisioner och egna granskningar

År 2011 utfördes sammanlagt 199 BSCI-revisioner på fabriker i riskländer som tillverkar egna märkesprodukter (184 år 2010). Över hälften av fabrikerierna fick vitsordet Godkänt, 25 procent fick vitsordet Godkäns efter rättelser och 22 procent fick vitsordet Uppfyller inte kraven. Resultatfördelningen för år 2011 förbättrades väsentligt från föregående år. Av alla år 2011 gjorda granskningar, uppgick antalet nya första skedets auditeringar, till totalt 121.

BSCI-revisioner utförs av internationella oberoende utvärderings företag. Utöver dessa utförs sammanlagt 140 egna fabriksgranskningar under år 2011. Ansvarexperterna som arbetar på koncernens inköpskontor besöker leverantörerna. Inköpskontorens representanter granskar alltid inför uppgörandet av nya avtal och produktionens inledning att nya fabriker uppfyller kraven för koncernens Code of Conduct. Förutom ansvarexperterna besöker inköpskontorens övriga personal fabrikerierna regelbundet. Till exempel kvalitetskontrollanterna samarbetar nära med fabrikeriernas personalen. Närvaron i anskaffningsländerna ökar betydligt möjligheterna att övervaka att goda arbetsförhållanden förverkligas.

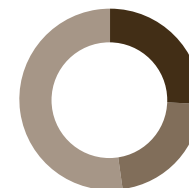


BSCI-auditeringar 2011
(n=199)



- 53 % Godkänt
- 25 % Godkäns efter rättelser
- 22 % Uppfyller inte kraven

BSCI-auditeringar 2010
(n=184)



- 26 % Godkänt
- 22 % Godkäns efter rättelser
- 52 % Uppfyller inte kraven

Genom utvecklingsprojekt förbättrades arbetsförhållanden och skyddades miljön

Många av riskländernas problem begränsas inte enbart till enstaka fabriker utan gäller hela landet, eller en industribransch. Dessa frågor kan bäst påverkas genom samarbete mellan olika intressentgrupper. Personal från Stockmann deltog till exempel under år 2011 i BSCI Round Table-möten i Bangladesh och Indien. Stockmann främjar dialogen mellan intressentgrupper också i Europa och deltog i verksamheten i BSCI National Contact Groups i Finland och Sverige.

År 2011 finansierade Lindex tre utvecklingsprojekt för att utveckla arbetsförhållanden i Bangladesh. Genom projekten försökte man främja brandsäkerheten i produktionsanläggningarna, samarbete mellan arbets-tagare och ledning samt yrkesutbildning för 16–18-åringar.

Stockmanns inköpskontor har under de senaste åren satsat på att utvärdera och minska de skadliga miljöeffekterna i leverantörernas fabriker. Lindex har tagit fram en egen miljökod som beaktar rening av avloppsvatten, avfallshantering samt nivån på hantering av kemikalier och utsläpp. Inköpskontorens personal gör miljögranskningar på fabriker och följer upp hur miljölagstiftningen och kraven som Lindex ställer iaktas. År 2011 deltog Lindex i tre projekt som höjer nivån på miljöskyddet i produktionsanläggningar i Kina, Indien och Bangladesh.

Ansvarsfulla produkter i alla enheters sortiment

I varuhusens sortiment ingick år 2011 bland annat mode och hemtextilier som tillverkats av ekologiska och återvunna material, miljömärkta produkter, ekologiska och rättvisemärkta livsmedel, MSC-certifierade fisk- och skaldjursprodukter, ekologisk och naturkosmetika, FSC- och PEFC-certifierade trä- och pappersprodukter, elektronik som uppfyller Energy Star-kraven samt olika produkter som tillverkats av återvunnet material.

Lindex sålde sammanlagt fem miljoner produkter som tillverkats av ekologisk bomull, återvinningsfibrer eller Tencel-fiber under år 2011. Lindex produkter som tillverkats av material enligt hållbar utveckling har märkts ut tydligt i butikerna, och i nätbutiken har dessa produkter samlat på en egen produktsida. På Lindex nätsida finns också miljövänliga skötselråd för produkterna.

Seppälä ökade användningen av ekologiskt odlad bomull som råmaterial i sina produkter. På våren lanserades en sommarkollektion som tillverkats av ekologisk bomull, och ekologisk bomull valdes som material för t-shirts som är en permanent del av Seppälä Basics-kollektionen. Produkter som tillverkats av ekologisk bomull har betecknats med tecknet "Organic Cotton".

Stockmann ansvarar för säkerheten i sina produkter

Stockmann 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. Tillverkare och importörer, Stockmann i fråga om egna märkesprodukter samt tullen i Finland testar produkterna regelbundet. Produkttesterna säkerställer att produkterna uppfyller alla de krav på kvalitet och säkerhet som ställs av lagstiftningen eller Stockmann. Dessutom följer Stockmann EU:s anmälningar om felaktiga produkter för att så snabbt som möjligt kunna informera om farliga produkter.

På Stockmanns livsmedelsavdelningar och i centralköket följer man ett omfattande självkontrollsystem för produkterna för att säkerställa produkternas säkerhet. Livsmedelssäkerhetens självkontrollsystem baserar sig på både EU:s och nationell lagstiftning samt för Delikatessernas del även på den av EVIRA godkända handelsbranschens gemensamma självkontrollinstruktion. En årlig riskbaserad provtagningsplan har fastställts för livsmedel. Provtagningen riktas framför allt mot färskprodukterna inom egen tillverkning och egna märken. Med hjälp av stickprov följs upp att produkterna är säkra, både till sina mikrobiologiska och kemiska egenskaper. Stockmanns centralkök fungerar enligt principerna i ISO 22000, det internationella kvalitetssystemet för livsmedelssäkerhet. Centralkökets kvalitetssystem granskas och certifieras under år 2012.

BSCI:s Code of Conduct Uppförandekod

1. Att följa lagar och förordningar
2. Organisationsrätt och rätten till kollektivförhandling för arbetstagare
3. Förebyggande av diskriminering
4. Löner och ersättningar
5. Arbetstid
6. Arbetshälsa och säkerhet
7. Förbud mot barnarbete
8. Förbud mot tvångsarbete
9. Miljöskyddsåtgärder och förordningar
10. Ledningssystem

Ytterligare information: bsci-intl.org

CASE

Exempel på ansvarsfull inköpsverksamhet

Tropiskt virke från naturskogar

Stockmann säljer inte trädgårdsmöbler som är tillverkade av virke från tropiska naturskogar. Övriga produkter som ingår i Stockmanns sortiment och som är tillverkade av virke från tropiska naturskogar är märkta med FSC- eller PEFC-certifikat.

Fisk- och skaldjursprodukter

Stockmann Delikatessen i Finland köper sina fisk- och skaldjursprodukter från partihandlare. Delikatessen gynnar inhemska fisk- och skaldjursarter beroende på tillgången och främjar handel med MSC-certifierade fisk- och skaldjursprodukter. Stockmann Delikatessen säljer inte fisk- och skaldjursarter som klassificeras som utrotningshotade eller sårbara i Finland (Rödlistade arter i Finland 2010, Suomen lajien uhanalaisuus – Punainen kirja 2010).

Hönsägg

Stockmann Delikatessen i Finland säljer endast ekologiska ägg samt ägg från frigående höns. Ägg från hönsgrårdar med stimulationsburar ingår inte i sortimentet.

Blekta jeans

Sandblåstringsmetoden som är förbjuden enligt lag inom EU-området och bl.a. i Turkiet, används inte vid tillverkningen av de egna jeansmärkena som säljs i Stockmannvaruhuset, Lindex, Seppälä och Hobby Hall. Att utföra blekning av jeans med sandblåstringsmetoden kan utgöra en fara för de anställdas hälsa om det görs utan adekvat skyddsutrustning och utbildning.

CASE

Det ekologiska produktsortimentet i Stockmann Delikatessen utvidgades



En ekologisk avdelning på 100 kvadratmeter öppnades i augusti 2011 på livsmedelsavdelningen Delikatessen, i Stockmannvaruhuset i Helsingfors centrum.

Det ekologiska livsmedelssortimentet utökades i alla varuhus och det satsades på butikspersonalens kunskap om miljö- och ansvarsmärkning. I Stockmann Delikatessernas sortiment ingick vid slutet av år 2011 nästan 1 300 ekologiska produkter till, vilket är ungefär 20 procent mer än föregående år.

Försäljningsandelen för ekologiska livsmedel är betydligt högre i Delikatessen än det nationella genomsnittet i Finland.

Better Cotton Initiative (BCI)-projekten minskar bomullsodlingens nackdelar



Lindex ansvar sträcker sig ända till produkternas ursprung, dvs. till bomullsodlingarna. Lindex har sedan år 2008 medverkat i projektet Better Cotton Initiative (BCI), vars mål är att minska de skadliga miljöeffekterna inom traditionell bomullsodling. BCI utbildar bomullsproducenter och ger undervisning i hållbart lantbruk; hur bomull kan odlas genom mindre användning av vatten, kemikalier och gödselmedel. Dessutom förbättras arbetarnas arbetsförhållanden i projektet och odlare uppmuntras till samarbete och till att dela med sig av fungerande handlingsätt. Inom BCI-projektet utbildas odlare med hjälp av programmen Farmer Field Schools och Sustainable Cotton Training Program.

Lindex samhällsansvarsexperter besökte under hösten 2011 Gujarati i Indien, där de träffade lokala bomullsodlare som deltar i utvecklingsprogrammen i BCI-projektet. Odlarna var stolta över sina prestationer, som varit till nytta för såväl miljön som familjernas ekonomi. Genom projektets positiva effekter har odlarna delat med sig av sina kunskaper till andra odlare i området, vilket ökar välfärden i hela samfundet.

Seppälä utvecklar ansvarsfullt produktsortiment



Kläder och accessoarer som säljs i Seppälä är av Seppäläs egen planering. Modekollektionerna planeras i Finland, men de tillverkas på olika håll i världen. Därför är det viktigt att inköpsorganisationen i Seppälä kan hantera inköpskedjorna och kan göra val enligt principerna för hållbar utveckling.

Inköpsorganisationen i Seppälä stärkte sin yrkeskompetens gällande ansvar då Sirpa Valve, produktchef för varumärket Seppälä Basics, deltog i utbildningsprogrammet Sustainable Fashion Academy under år 2011. Utbildningen ordnas av svenska aktörer inom klädesbranschen och den pågår i åtta månader. Under utbildningens gång presenteras alternativ för hur ett företag på bästa sätt kan använda sig av ekologiska, socialt och ekonomiskt hållbara metoder från planering till produktionsprocessen. Samtidigt studeras miljöeffekterna vid produktion och konsumtion av kläder och skor.

Temat för hållbar utveckling lyfts starkt fram i Seppäläs kollektion Organic Cotton och i Baby-kollektionen som under våren 2012 kommer ingå i utvalda Seppälä-butikers och nätbutikens kollektion.

Ansvar för miljön

- Alla Stockmannvaruhus i Finland använder ett certifierat ISO 14001 -miljösystem
- Lindex nya butikskoncept beaktar miljöeffekter
- De finska varuhusens utnyttjandegrad för avfall förbättrades med 4 procent under 2011
- Rapporteringen för koldioxidfotavtrycket utvecklades

Stockmanns miljömål handlar om att minska miljöeffekterna som affärsverksamheten orsakar, att miljöfrågor systematiskt observeras vid anskaffningen av produkter och tjänster för eget bruk samt att erbjuda ansvarsfulla produkter som en del i sortimentet.

De mest betydande miljöeffekterna från den egna verksamheten i Stockmannkoncernen uppkommer genom energiförbrukning, avfall och transporter. Miljöarbetet vid Stockmann baseras på miljöpolitiken som godkänts av styrelsen samt samhällsansvarsstrategin som koncernledningsgruppen har godkänt.

Ledning och system för miljöansvar

Operativ miljöledning har organiserats som en del av det dagliga ledningsarbetet för affärsenheterna. Affärsenheterna fastställer konkreta miljösmål och instrument för att följa upp utveckling utifrån särdragen i sin affärsverksamhet.

Stockmannvaruhuset i Finland har använt ett certifierat ISO 14001 -miljösystem redan under cirka tio års tid. Alla verksamhetsställen i varuhusgruppen utvecklar sin verksamhet för miljön i högre utsträckning än den miniminivå som krävs enligt lagen. ISO 14001 -certifieringen täcker funktionerna i Stockmannvaruhuset i Finland och Akademiska Bokhandeln, samt varuhusgruppens stödfunktioner. Nästan 70 procent av de anställda i koncernens finländska verksamheter omfattas av de certifierade funktionerna. Både interna och externa tidsbestämda bedömningar gällande certifikatet utförs regelbundet. Under år 2011 genomfördes interna revisioner vid samtliga varuhus och i kontors- och lagerlokaler i Sockenbacka. Utöver detta genomfördes externa revisioner i varuhuset i Helsingfors, Hagalund och Östra centrum samt i kontors- och lagerlokaler i Sockenbacka. I övriga verksamhetsländer och affärsenheter används inte miljösystem. Alla lager och outletbutiken i Finland fungerar enligt ISO 14001 -miljösystemet och de granskas regelbundet internt

men tillsvidare ingår de inte i den externa bedömningen eller certifieringen.

Under rapportperioden har det varken inträffat några miljöskador eller miljöolyckor eller miljörelaterade förseelser.

Energi- och vattenförbrukningen följs upp kontinuerligt

Koncernens rapporterade 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 där, bl.a. hissar och rulltrappor samt kylanordningar och IT-utrustning.

Den statistikförda elförbrukningen i koncernen uppgick till 168 000 MWh under år 2011. Detta är nästan 11 procent mer än den rapporterade förbrukningen för år 2010. Den ökade elförbrukningen kan nästan utan undantag förklaras med öppnandet av nya varuhus och butiker.

Under år 2011 låg fokus på att förbättra energieffektiviteten i butikslokalerna. I varuhusgruppen justerades programmen för belysning, nedkylning och ventilation i varuhuset samt tidtabellerna för renhållning. Den automatiska uppföljningen av energiförbrukning utvecklades genom att precisera larmgränserna som omedelbart informerar avvikande energiförbrukning. Anslutningen av varuhuset i Ryssland till ett uppföljningssystem i realtid för energiförbrukning främjades. Lindex nya butikskoncept beaktar förutom ansvarsfulla materialval i butiksinredningen också energiförbrukningen. Modekedjans energiförbrukning är numera bland de lägsta i branschen. Under år 2011 anvisades butikspersonalen i Seppäläbutikerna i Finland i frågor gällande energieffektivitet och kartlades hur elförbrukningen är uppbyggd, samt infördes ett verktyg för uppföljning av förbrukningen.

Koncernens statistikförda vattenkonsumtion uppgick till 248 900 kubikmeter, dvs. 18 procent mer än året innan. Ökningen i förbrukning beror på nya verksamhetsställen. Största delen av vattnet konsumeras i varuhusens restaurang-, köks- och sanitetslokaler. Vattenförbrukningen minimeras genom att ge personalen anvisningar, genom att förebygga och reparera också små läckor samt genom att skaffa allt effektivare vattenarmaturer då de byts ut. Affärsenheterna använder vatten från lokala vattenverk.



stockmanngroup.fi/sv/csr



Avfallshantering och utnyttjande av avfall

Avfall som uppkommer genom affärsenheternas verksamhet består främst av förpackningsavfall, som papp och plast. På varuhusgruppens verksamhetsställen uppkommer också bioavfall från hantering och försäljning av livsmedel samt restaurang- och caféverksamheten. Under år 2011 omsatte Stockmann sammanlagt 4 300 ton förpackningsmaterial på marknaden.

Stockmannvaruhuset satsar på avfallssortering och återvinning genom att utbilda personal, utveckla anvisningar och förenkla praxis vid källsorteringen samt genom att månatligen följa upp sorteringsresultaten för olika verksamhetsställen. Under år 2011 utnyttjades 93 procent av avfallet från varuhusgruppens verksamhet i Finland antingen genom återvinning eller som energi. I varuhuset utanför Finland var nyttoanvändningsgraden för avfall betydligt lägre, vilket beror på skillnader i lokala återvinningsmöjligheter.

För Lindex och Seppäläs del rapporteras uppgifter för avfall och nyttoanvändning för huvudkontoren och logistikcentralerna. Över 90 procent av avfallet som uppkommer i dessa verksamhetsställen kan utnyttjas. Lindex- och Seppäläbutikerna är oftast belägna i köpcentrum, där avfallet sorteras och återvinns enligt de möjligheter som fastigheten erbjuder. För närvarande finns det inga exakta uppgifter om avfallsmängderna i butikerna.

I sin roll som importör av produkter har Stockmanns affärsenheter ett producentansvar, dvs. bolaget är skyldigt att sörja för avfallshandlingen och återvinningen av vissa av sina produkter och deras förpackningsmaterial. Koncernen har tagit sitt producentansvar genom att ansluta sig till producentersammanslutningar som ansvarar för insamling och återvinning av produkter som tagits ur bruk. Lindex genomförde år 2011 en återvinningskampanj i Sverige tillsammans med secondhandbutikerna Myrorna. Lindex kunder hade möjlighet att ta begagnade textilier till Myrorna-butiker för återvinning. Kunder som deltog i kampanjen belönades med Lindex rabattkuponger.

Stockmanns koldioxidfotavtryck

Stockmann rapporterade år 2010 för första gången mer omfattande om sina växthusgasutsläpp. År 2011 utvecklade man beräkningen av koldioxidfotavtrycket genom att ta med utsläppen som uppkommer vid den egna importfrakten samt användningen av köldmedel. Rapporteringen omfattar varuhusgruppens och Seppäläs verksamhet i Finland samt Lindex funktioner i alla länder. Dessa verksamheter utgör cirka 80 procent av koncernens omsättning.

Totalutsläppen som Stockmann rapporterade ökade med cirka 40 procent jämfört med föregående år. Detta beror på att nya utsläppskällor

som är väsentliga för verksamheten innefattades i rapporteringen. De jämförbara klimatutsläppen minskade med ungefär en procent. Minskningen av de jämförbara utsläppen berodde särskilt på den mindre förbrukningen av energi för uppvärmning och kylning. De största utsläppen uppkommer vid produktionen av köpt energi, speciellt el. Utsläppen från importfrakten var mest betydande bland de övriga utsläppen.

Rapporteringen av växthusgasutsläpp fungerar som ett verktyg för ledningsvertyg och skapar en grund för att bestämma objekt där utsläpp ska minskas och för att uppställa mål för minskningar under kommande år. Avsikten är att utveckla rapporteringen så att den omfattar alla verksamhetsländer. Beräkningen av Stockmanns koldioxidfotavtryck utfördes

Utsläppskällornas fördelning enligt GHG Protocol-rapporteringsprinciper



* Innehåller inte Seppälä- och Stockmann Beauty-butikernas fjärrvärmekonsumtion

** Egen importfrakt

Växthusgasutsläpp 2010–2011 (tCO₂e)

	2011	2010
Direkta utsläpp		
Fordon och egen energiproduktion	845	888
Inköpsenergins indirekta utsläpp		
Elektricitet	19 296	18 856
Fjärrvärme och -kylning	9 339	10 914
Övriga väsentliga indirekta utsläpp		
Distributionstransporter	2 750	2 084
Importfrakt	12 539	
Kylämnar	1 979	
Flygresor	1 595	1 570
Totalt	48 343	34 312

Energi och vattenförbrukning 2009–2011

	2011	2010	2009
Direkt			
Lätt bränsolja (l)	4 325	4 570	ej mätt
Naturgas (m ³)	1 505 546	638 200	ej mätt
Indirekt			
Elektricitet (MWh)	168 147	151 223	101 943
Fjärrvärme och -kylning (MWh)	96 883	103 811	46 167
Vatten (m ³)	248 915	211 678	199 673

Siffrorna innehåller inte energi som används i fordon eller i franchiseverksamheten. Fjärrvärmekonsumtionen innehåller inte Stockmann Beauty- och Seppäläbutikernas konsumtion. Vattenkonsumtionen täcker varuhusgruppens verksamheter (förutom varuhuset i Östra centrum, Jumbovaruhuset, Beauty- och franchisebutikerna), samt Lindex och Seppäläs huvudkontor och logistikcenter.

av en utomstående part och gjordes enligt de internationella rapportprinciperna för Greenhouse Gas Protocol. Stockmann rapporterar också sitt koldioxidfotavtryck årligen i den internationella enkäten Carbon Disclosure Project (CDP). År 2011 var Stockmanns CDP-resultatet 61/100 poäng.

Beaktande av miljön i koncernens interna funktioner

I Stockmanns affärsenheter används video- och telefonkonferensutrustning och en stor del internationella interna möten ordnas med hjälp av den. I affärsenheterna i Finland minskades personalens flygresor som hänför sig till arbetet jämfört med året innan. Till exempel övergick man från flyg till tågtrafik i resor mellan Helsingfors och S:t Petersburg efter att den nya snabba tågförbindelsen öppnades.

Elektroniska system för rapportering, fakturahantering, arkivering och information som används i koncernen minskar betydligt den mängd pappersutskrift och dokument som transporteras i intern post. Alla enheter i Finland övergick till elektroniska lönespecifikationer i början av år 2012.

Miljöaspekter beaktas vid anskaffningen av varor och tjänster för koncernens eget bruk. Under år 2011 fastställdes en anskaffningsstrategi för varhusgruppen. Ett av målen i strategin är en systematisk utvärdering av anskaffningars miljöeffekter och livslängd. Att beakta miljöaspekter som en del i anskaffningsprocesserna kommer i fortsättningen att utvecklas i alla affärsenheter.

Avfallshantering 2009–2011 (ton)

	Varhusgruppen, Finland			Varhusgruppen, utlandet			Lindex			Seppälä			Totalt		
	2011	2010	2009	2011	2010	2009	2011	2010	2009	2011	2010	2009	2011	2010	2009
Återvinnbart avfall															
Kartong och papper	2 242	1 741	2 068	300	262	296	1 166	1 144	1 159	309	378	360	4 017	3 525	3 883
Energiavfall	1 227	1 052	1 015		ej mätt	ej mätt	28	24	27	19,7	16	14	1 274	1 092	1 056
Bioavfall	2 433	2 132	2 091	354	386	194	1	ej mätt	ej mätt	5,1	9	12	2 794	2 527	2 297
Övrigt (plastfilm, metall, glas)	81	88	69	26,3	6	6	83,4	3	ej mätt	7	7	6	198	104	81
Blandat avfall	484	587	427	6 115	6 113	3 318	4	6	6	6,9	16	9	6 610	6 722	3 760
Problemafval	7	14	11	0	0	ej mätt	ej mätt	0	2	0,4	0	0	7	14	13
Totalt	6 474	5 614	5 681	6 796	6 767	3 814	1 282	1 177	1 194	348	425	401	14 899	13 984	11 090
Återvinning, %	93	89	92	10	10	13	100	100	100	98	96	98	56	52	66

Behandlingsmetoderna är definierade av avfallsbolagen. Avfallsrapporteringen täcker varhusgruppens verksamheter (förutom Beauty-butikerna, kontorslokalerna i Duetto Business Park och franchisebutikerna) samt Lindex och Seppäläs huvudkontor och logistikcenter.

CASE

Led-belysning sparar elektricitet

Belysningen utgör i genomsnitt 50 procent av butikernas energiförbrukning. Med hjälp av led-ljuskällor kan ljuseffekten behållas på samma nivå, men energiförbrukningen och värmealstringen minskar betydligt. Led-belysning producerar ingen UV- eller IR-strålning, så led-ljus skadar inte heller produkterna. En stor del av den gamla halogenbelysningen kan enkelt göras om till led-belysning genom att lampan byts.

Under år 2011 förbättrades energieffektiviteten i varuhusen i Finland genom att i samband med service av mångmetallspotlights byta ut dem till nyare ljuskällor med större nyttovärde. I hela varhusgruppen förverkligades belysningen för kosmetik, damaccessoarer och reklamlyskoncepten huvudsakligen med led-teknik.

På i Helsingforsvaruhusets avdelning för ungdomsmode ersattes de gamla halogenljuskällorna med nya led-ljuskällor. Syftet med förändringen var att minska servicekostnaderna för belysningen och att förbättra lokalens visuella uttryck. Samtidigt uppnåddes en betydande energibesparing och förbättrade temperaturförhållanden. Ett lyckat led-projekt var också led-belysningen som monterades på den övre delen av fasaden på Helsingforsvaruhuset. Den nya led-fasad-belysningen är imponerande och en lösning som betydligt minskar

servicebehovet för belysningen som är placerad på hög höjd. Dessutom användes led-ljuskällor som effektbelysning i till exempel julbelysningen i Argoshallens fönster i varuhuset i Helsingfors centrum.

I Seppälä genomfördes ett pilotprojekt för led-belysning under år 2011. Under projektets gång användes i testbutikerna led-teknik i stället för halogenteknik då man bytte ut spotbelysning. Projektet var lyckat och i fortsättningen eftersträvas en minskning av modekedjans energiförbrukning bland annat genom att byta ut butikernas halogenlampor till led-lampor. Målet är att överföra fungerande lösningar som har testats i Finland till butikerna utomlands.

I Lindex nya butik i Stockholm används led-teknik i allmänbelysningen. Dessutom testas modekedjan led-teknik samt lågenergilampor i det nya butikskonceptet för att minska energiförbrukningen. Under år 2012 kommer kedjan att utreda och utvärdera olika belysningsmöjligheter i butikerna samt byta ut lampor och uppdatera serviceavtal.

Ekonomiskt ansvar

- **Stockmann är med i indexen Kempen SNS Smaller Europe SRI och OMX GES Finland Sustainability**
- **Expansionen ökade Stockmanns omsättning, resultatet uppnådde inte målet år 2011**
- **Över 20 nya butiker och ett nytt varuhus öppnades under året**

Med ekonomiskt ansvar avses i Stockmannkoncernen god hushållning genom vilken ägarnas avkastningsförväntningar uppfylls, erbjuds stadigvarande arbetsplatser till de anställda och skapas ekonomisk välfärd i samhället överlag. Stockmann är en betydande arbetsgivare och skattebetalare, en avsevärd inköpare av produkter och tjänster, investerare samt samarbetspartner. Konkurrenskraft och ett starkt ekonomiskt resultat gör det möjligt att satsa på utveckling av personalens och samhällets välfärd. Socialt ansvarsfull verksamhet skapar i sin tur en stark grund för bolagets effektivitet och ekonomiska tillväxt.

Ett ansvarsfullt finländskt börsbolag

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 och annan tillämplig lagstiftning. Stockmann följer Värdepappersmarknadsförningen rf:s finska kod för bolagsstyrning (Corporate Governance) i sin helhet.

Stockmann hade 56 116 aktieägare i slutet av år 2011 (44 596). Antalet aktieägare ökade betydligt tack vare nya aktier som tecknades med stamkundsoptioner. Nästan 18 000 stamkunder utnyttjade sina optioner och bolaget fick cirka 10 000 nya aktieägare.

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. Styrelsen 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 koncer-

nens ledningsgrupp. Närmare information om förvaltningsrådet i Stockmann ges i årsberättelsen och på koncernens webbplats, där utredningen över förvaltnings- och styrningsprinciper (Corporate Governance Statement) för år 2011 publicerats.

Den ekonomiska rapporteringen i Stockmann har uppgjorts enligt internationell bokslutsstandard (IFRS) med iakttagande av den finska bokförings- och gemenskapslagstiftningen som kompletterar IFRS-bestämmelserna. Koncernens ekonomidirektör och ekonomiavdelning ansvarar för genomförandet av koncernens ekonomiska rapportering. Revisorer som utses av bolagsstämman granskar bolagets bokföring, bokslut och administration. Den interna revisionen undersöker och utvärderar effektiviteten och riskhanteringen i affärsfunktionerna 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 prisbildningen av Stockmanns aktie. All investerarinformation publiceras på koncernens webbplats stockmanngroup.fi på finska, svenska och engelska. Ekonomisk information offentliggörs om moderbolaget och koncernen som helhet samt dess affärsenheter varuhusgruppen, Lindex och Seppälä.

Stockmann är med i de holländska investeringsbolagen Kempen Capital Managements och SNS Asset Managements index Kempen SNS Smaller Europe SRI för hållbar utveckling. Företagen i indexet anses uppfylla höga etiska, sociala och till miljöskydd relaterade kriterier i sin affärsverksamhet. Dessutom är Stockmann ett av företagen i indexet OMX GES Finland Sustainability. Detta index på Helsingforsbörsen omfattar 40 ledande bolag inom hållbar utveckling i Finland.

Omsättningen ökade till nytt miljardtal

Den allmänna marknadsutvecklingen var god i början av år 2011. Den olösta skuldkrisen i Europa ökade osäkerheten i marknadssituationen efter det andra kvartalet, vilket försämrade konsumenternas förtroende under slutet av året i Finland. I Sverige var efterfrågan på måttligt pris-satta modekläder svag under hela året. Den positiva marknadsutvecklingen fortsatte i Ryssland och de baltiska länderna.



56 116
aktieägare



Stockmannkoncernens omsättning ökade med 10,1 procent under år 2011 och uppgick till 2 005,3 miljoner euro. I Finland ökade omsättningen med 3,9 procent och utomlands med 17,4 procent. Varuhusgruppens tillväxt backades upp speciellt av det nya varuhuset och köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg, det nya varuhuset som öppnades i Jekaterinburg samt det utbyggda varuhuset i Helsingfors centrum. Dessutom utvecklades omsättningen i Moskvaruhuset och varuhuset i Baltikum bra.

Lindex stärkte sin marknadsposition i alla verksamhetsländer under år 2011. I Sverige var omsättningsutvecklingen klart bättre än marknaden som helhet, men målen underskreds då försäljningen för hela modebranschen i Sverige sjönk med fem procent. Omsättningen ökade på alla övriga marknader. Seppäläs omsättning låg kvar på samma nivå som föregående år. Båda modekedjorna fortsatte expandera enligt sina strategier under år 2011. Lindex öppnade 26 butiker och stängde sju. Utöver detta öppnade Lindex under året sin nätbutik i hela EU-området och Norge. Seppälä hade i slutet av året fem butiker mer än föregående år samt en ny nätbutik i Finland.

Resultatet uppnådde inte målet år 2011

Omsättningstillväxten under år 2011 och särskilt under det första kvartalet, räckte inte till för att täcka de höjda kostnaderna och avskrivningarna som uppkommit på grund av expansionen. Rörelsekostnaderna ökade med 71,1 miljoner euro, främst till följd av expansionen och den höga inflationen. Avskrivningarna ökade med 15,9 miljoner euro. Situationen förbättrades mot slutet av året, och rörelsevinsten för årets sista kvartal var bättre än föregående år.

Affärsverksamhetens bruttomarginal ökade med 68,1 miljoner euro under räkenskapsperioden och uppgick till 976,9 miljoner euro. Den relativa bruttomarginalen sjönk något på grund av högre anskaffningspriser och prisdrivna kampanjer.

Rörelsevinsten för år 2011 var 70,1 miljoner euro, vilket var 18,7 miljoner euro mindre än föregående år. Då rörelsevinsten var mindre än förväntat och finansieringskostnaderna ökade på grund av den stora skuld-mängden, blev Stockmanns resultat för räkenskapsperioden 30,8 miljoner euro och resultatet per aktie var 0,43 euro.

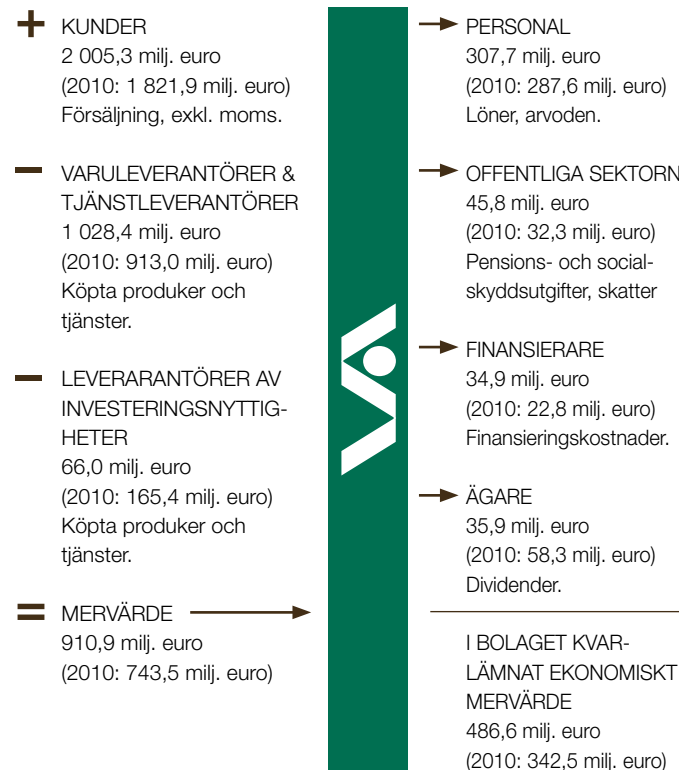
Ekonomisk nytta för intressentgrupper

Stockmanns verksamhet gav alla centrala intressentgrupper ekonomiskt mervärde under räkenskapsperioden 2011. Under året köpte Stockmannkoncernen varor och tjänster för försäljning för sammanlagt 1 028,4 miljoner euro och investeringstillgångar för 66,0 miljoner euro.

Stockmann sysselsatte under året i genomsnitt 15 964 personer, till vilka betalades ut 307,7 miljoner euro i löner och arvoden under räkenskapsperioden. Finansieringskostnaderna som betalades till finansierare uppgick till 34,9 miljoner euro. Bolaget betalade 40,9 miljoner euro i pensions- och lönebidkostnader och 4,9 miljoner euro i inkomstskatt.

Stockmanns styrelse har fastställt som målsättning att över hälften av vinsten från den ordinarie affärsverksamheten ska betalas i dividend. År 2011 utbetalades 58,3 miljoner euro, dvs. 0,82 euro per aktie, i dividend till aktieägarna för 2010 års resultat, som uppgick till 1,10 euro per aktie. På våren 2012 beslutade den ordinarie bolagsstämman att betala ut

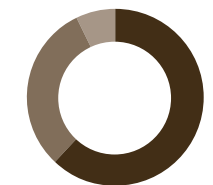
Ekonomiskt mervärde för intressentgrupper 2011



35,9 miljoner, dvs. 0,50 euro per aktie i dividend, vilket var mer än resultatet per aktie.

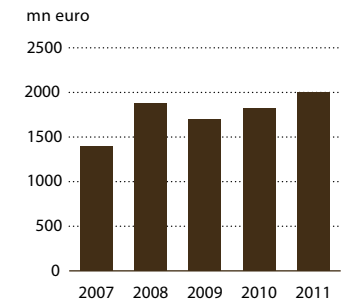
Som en del av sitt samhällsansvar donerar Stockmann varje år pengar till allmännyttiga ändamål. Målet för donationerna är att stödja utbildning, kultur, forskning och andra samhällsprojekt på ett nationellt plan eller i flera av koncernens verksamhetsländer. Välgörighet stöds genom utsedda allmännyttiga samfund. Under år 2011 ingick i dessa bland annat Rädda Barnen rf:s program Eväitä elämälle, John Nurminens Stiftelses projekt Ett Rent Östersjön, Finska Kulturfondens Boktalko (Kirjataloot) samt Stiftelsen för Psykiatrisk Forsknings och Silmäsäätios projekt. Koncernens affärsenheter kan stöda allmännyttiga projekt som

Omsättning 2011

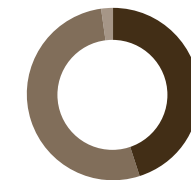


62 % Varuhusgruppen
31 % Lindex
7 % Seppälä

Omsättning 2007-2011

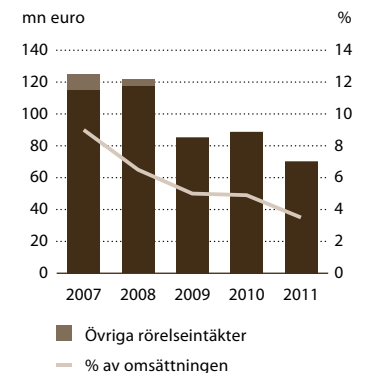


Rörelsevinst 2011



45 % Varuhusgruppen
53 % Lindex
2 % Seppälä

Rörelsevinst 2007-2011



en del i sina kommersiella kampanjer. Det mest kända av dessa är Lindex samarbete med Cancerstiftelsens Rosa Bandet -kampanj, genom vilken man stöder bröstcancerforskning. Under år 2011 donerade Lindex kunder nästan en miljon euro till kampanjen.

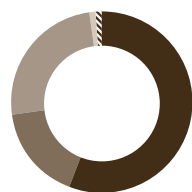
Effektiv kapitalstruktur som mål på lång sikt

Stockmanns mål är en effektiv kapitalstruktur som säkerställer koncernens förutsättningar att agera på kapitalmarknaden under alla omständigheter, oavsett branschens konjunktorkänslighet. Koncernen följer utvecklingen av sin kapitalstruktur med det egna kapitalets andel av det totala kapitalet: det strategiska målet är en 40 procents andel eget kapi-

tal till år 2015. I slutet av år 2011 var andelen eget kapital av det totala kapitalet 42 procent.

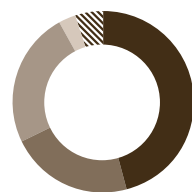
De övriga ekonomiska målen på längre sikt, som sträcker sig till år 2015, är att försäljningen ökar snabbare än för marknaden, att rörelsevinsten är minst 12 procent av omsättningen och att det investerade kapitalet ger en avkastning på minst 20 procent. År 2011 uppnådde man en snabbare försäljningsökning än marknaden, men i fråga om rörelsevinsten och det investerade kapitalet uppnådde man inte målen på lång sikt. Tidtabellen för att uppnå de ekonomiska målen är utmanande i den nuvarande svåra verksamhetsmiljön. Världsekonomin utveckling får påvisa om man är tvungen att ändra på tidtabellen för målen.

Fördelning av aktier enligt röster 2011



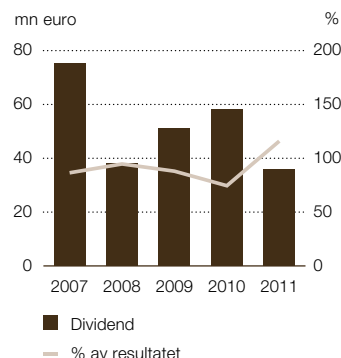
- 56 % Stiftelser och föreningar
- 17 % Privatpersoner
- 25 % Företag
- 1 % Finansierings- och försäkringsbolag
- 1 % Förvaltarregistrerade (inkl. utländska ägare)

Fördelning av aktier enligt aktiemängd 2011



- 46 % Stiftelser och föreningar
- 22 % Privatpersoner
- 24 % Företag
- 3 % Finansierings- och försäkringsbolag
- 5 % Förvaltarregistrerade (inkl. utländska ägare)

Dividend för räkenskapsperioderna 2007–2011



De största aktieägarna 31.12.2011

	Andel av aktierna %	Andel av rösterna %
1. HTT STC Holding Oy Ab	11,7	10,7
2. Föreningen Konstsamfundet-gruppen	9,4	15,0
3. Svenska litteratursällskapet i Finland r.f.	7,6	15,7
4. Niemistö-gruppen	5,8	9,4
5. Ömsesidiga arbetspensionsförsäkringsbolaget Varma	4,7	1,0
6. Etolabolagen	4,3	6,1
7. Stiftelsen för Åbo Akademi	4,2	6,4
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

CASE

Viktiga stamkunder

Stockmann var en pionjär inom branschen då man 1986 lanserade sitt populära stamkundsprogram. Idag har affärsenheterna i Stockmannkoncernen fyra stamkundsprogram: Stockmanns stamkundskap, Lindex Club, Seppäläklubben och Hobby Hall, som sammanlagt omfattar över 6 miljoner kunder. Regelbunden kontakt med stamkunderna hålls och de erbjuds värdefulla förmåner. Hobby Halls och Seppäläs stamkundsprogram förnyades under år 2011. Utöver detta satsades starkt på anskaffning av stamkunder på de nya varuhusorterna S:t Petersburg och Jekaterinburg. Stamkundsprogrammet är en central faktor för varuhusens framgång.

Stockmann hanterar personuppgifter enligt gällande lagstiftning. Under år 2011 kontaktade några kunder oss gällande hanteringen av personuppgifter och reagerade på dem tillbörligt sätt. Stamkundsprogrammets registerbeskrivningar finns på respektive enhets webbplats.

Köplöjlitet belönas med optionsrätter

Stockmann har belönat sina trogna kunder med stamkundsoptionsprogram sedan år 2006. År 2011 fick bolaget över 10 000 nya aktieägare genom stamkundsoptionerna. Optionsprogrammet är en betydande fördel för de kunder som ofta utträtt ärenden på Stockmann. Programmet belönar köplöjlitet och förbättrar samtidigt Stockmanns konkurrensställning.

Stockmanns ordinarie bolagsstämma antog i mars 2012 styrelsens förslag att ge nya optionsrätter till Stockmanns stamkunder. Varje optionsrätt berättigar till att teckna en aktie i bolagets B-serie. Teckningstiden för aktierna är i maj åren 2014 och 2015.



GRI-innehållsjämförelse

GRI rekommendation		Stockmanns rapport		Ytterligare information
Kod	GRI innehåll	Inkluderas	Sida	
1.	Strategi och analys			
1.1	Verkställande direktörens översikt	Ja	3	
2.	Organisationsprofil			
2.1	Organisationens namn	Ja	6	
2.2	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	Ja	6	
2.3	Operativ struktur	Ja	6	
2.4	Huvudkontorets lokalisering	Ja	6	
2.5	Verksamhetsländer och -ställen	Ja	7	
2.6	Ägandeform och juridisk form	Ja	6, 20	Se även årsberättelsen 2011: Utredning om förvaltnings- och styrsystemet.
2.7	Marknader	Ja	5–7	
2.8	Den rapporterade organisationens storlek	Ja	6–7	
2.9	Betydande förändringar i organisationens storlek, struktur eller ägoandelar under rapportperioden	Ja	7, 18–19	
2.10	Erhållna utmärkelser under rapportperioden	Ja	3	
3.	Rapporteringsprinciper			
3.1	Rapportperiod	Ja	23	
3.2	Datum för tidigare rapport	Ja	23	
3.3	Rapporteringscykel	Ja	23	
3.4	Kontaktinformation	Ja	23	
3.5	Definition av rapportens innehåll	Delvis	23	Definierandet av väsentligheten baserar sig huvudsakligen på koncernens inre faktorer.
3.6	Avgränsningar av rapporten	Ja	23	Avvikelse redogjorda i samband med respektive nyckeltal.
3.7	Avgränsningar av rapportens omfattning	Ja		
3.8	Rapporteringsgrund för dotterbolag och hyrda lokaler	Ja	23	Uthyrda affärsutrymmen i köpcentret Nevsky Centre ingår inte i rapporteringen.
3.10	Redovisning av förändringar i tidigare rapporterade uppgifter	Ja		Fanns inte.
3.11	Betydande förändringar jämfört med tidigare rapportperioder	Ja	16, 23	Beräkningen av växthusgasutsläpp har utökats.
3.12	GRI-innehållsjämförelse	Ja	21–22	

* GRI-direktivets rekommenderade nyckeltal

GRI rekommendation		Stockmanns rapport		
Kod	GRI innehåll	Inkluderas	Sida	Ytterligare information
4.	Styrning, åtaganden och engagemang			
4.1	Bolagsstyrningsstruktur	Ja	18	Se även årsberättelsen 2011: Utredning om förvaltnings- och styrsystemet.
4.2	Styrelseordförandens ställning	Ja	18	Se även årsberättelsen 2011: Utredning om förvaltnings- och styrsystemet.
4.3	Styrelseledamöternas oberoende	Ja	18	Se även årsberättelsen 2011: Utredning om förvaltnings- och styrsystemet.
4.4	Mekanismer för aktieägare och anställda att påverka styrelsen	Ja	18	Se även årsberättelsen 2011: Utredning om förvaltnings- och styrsystemet.
4.14	Förteckning över intressenter	Ja	5	
4.15	Identifiering och val av intressenter	Delvis	5	
5.	Nyckeltal			
	Nyckeltal för ekonomiskt ansvar			
EC1*	Skapande och fördelning av direkt ekonomiskt värde	Ja	19	
	Nyckeltal för miljöansvar			
EN1*	Materialförbrukning	Delvis	17	Rapporterad mängd förpackningsmaterial som förts på marknaden.
EN3*	Direkt energiförbrukning	Ja	16	
EN4*	Indirekt energiförbrukning	Ja	16	
EN8*	Vattenuttag	Ja	15	
EN16*	Direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser	Ja	16	
EN17*	Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser	Ja	16	
EN22*	Total avfallsmängd	Ja	17	
EN23*	Kemikalie-, olje och andra utsläpp	Ja		Fanns inte under rapportperioden.
EN28*	Betydande böter och sanktioner för brott mot miljölagstiftning	Ja		Fanns inte under rapportperioden.
	Sociala indikatorer			
LA1*	Arbetskraft	Ja	9–10	
LA2*	Personalomsättning	Ja	10	
LA7*	Olycksfall, yrkessjukdomar, olycksfall med medföljande frånvaro, dödsolyckor frånvarofrekvens	Delvis	10	
LA11	Program för kompetensutveckling	Delvis	9–11	
	Mänskliga rättigheter			
HR2*	Leverantörer som granskats beträffande mänskliga rättigheter	Delvis	12–13	Inkluderat i BSCI-auditeringar.
	Produktansvar			
PR8	Klagomål gällande kundintegritet och klagomål beträffande försvinnande av kunduppgifter	Ja	20	

Rapporteringsprinciper och kontaktuppgifter

Stockmann publicerar årligen en samhällsansvarsrapport för hela koncernen på sina internetsidor stockmanngroup.fi. Denna rapport täcker räkenskapsperioden 1.1–31.12.2011. Den förra rapporten som täckte räkenskapsperioden 2010 utgavs i maj 2011.

Rapporten täcker Stockmannkoncernens alla egna verksamheter: tre affärsenheter (Stockmann, Lindex, Seppälä) i 11 verksamhetsländer, koncernförvaltningens funktioner i Finland och inköpskontoren i fem länder i Asien. Rapporten täcker inte Lindex franchisebutiker i Mellanöstern, Bosnien-Hercegovina och Island. En del av personalen och nyckeltalen gällande miljön rapporteras endast för Finlands del, vars andel var 51 procent av omsättningen och 42 procent av personalen år 2011. Avvikande begränsningar samt mättnings- och beräkningsprinciper har angetts i samband med respektive nyckeltal. Målet är att så småningom göra rapporteringen mer heltäckande vad gäller dessa nyckeltal.

Som rapportens referensram har använts Global Reporting Initiative (GRI) G3-rapporteringsdirektivet, och på sidorna 21–22 presenteras en innehålls jämförelse med GRI-rekommendationen samt ett index över GRI-indikatorerna. Rapporten iakttar GRI-beräkningsprinciper till tillämpliga delar. Koncernens ekonomiska nyckeltal har utarbetats i enlighet med IFRS-standarder. Om Stockmanns ekonomiska ansvar, ägarstruktur, administration och riskhantering berättas mer i årsberättelsen för år 2011 och på koncernens webbplats stockmanngroup.fi. Koncernens affärsenhet Lindex publicerar 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. Rapporten har inte granskats av tredje part.

Förfrågningar: Stockmann, Koncernkommunikation
PB 70, 00621 Helsingfors
Telefon (09) 121 3089, E-post info@stockmann.com



WE SUPPORT



Vi erbjuder våra kunder
ansvarsfulla köpupplevelser.



STOCKMANN

Stockmann Oyj Abp
Alexandersgatan 52 B
PB 220
00101 HELSINGFORS
Tel. (09) 1211
www.stockmanngroup.fi