



CSR *rapport* 2012

 **STOCKMANN**



INNEHÅLL

- 3** Stockmannkoncernen i korthet
- 4** Verkställande direktörens översikt
- 5** Ansvarsfulla gärningar år 2012
- 6** Strategi och vision för samhällsansvaret
- 8** Centrala intressentgrupper och mervärdets fördelning
- 10** Ansvar för personalen
- 14** Ansvarsfulla produkter och leveranskedjan
- 18** Miljöansvar
- 22** Ekonomiskt ansvar
- 26** Rapporteringsprinciper
- 27** GRI-innehållsjämförelse

Stockmann är ett finländskt börsbolag inom detaljhandeln. Koncernens affärsenheter är varuhusgruppen och modekedjorna. Stockmann grundades år 1862 och firade sitt 150-årsjubileum år 2012. Omsättningen under jubileumsåret ökade med 5,5 procent och uppgick till 2 116 miljoner euro. Detta var det första året som över hälften av koncernens omsättning genererades i utlandet.

Stockmannkoncernens rörelsevinst ökade till 87,3 miljoner euro. Omsättningen och rörelsevinsten ökade mest i Ryssland. Räkenskapsperiodens vinst var 53,6 miljoner euro och resultatet per aktie

var 0,74 euro. Stockmann Oyj Abp:s aktier är noterade på NASDAQ OMX Helsingfors börs. Bolaget har nästan 60 000 aktieägare.

Stockmannkoncernen har 16 varuhus och över 700 övriga butiker i 16 länder. Verksamheten expanderade år 2012 till Kroatien och Serbien genom öppnandet av Lindex-franchisebutiker. Verksamheten i Ukraina avslutades då Seppäläs butiker stängdes i oktober. Koncernen har sex inköpskontor i fem asiatiska länder. Huvudkontoret ligger i Helsingfors.



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

Inköpskontor: Bangladesh, Indien, Kina, Pakistan och Turkiet. **Nätbutiker:** Lindex (EU-länderna och Norge), Seppälä (Finland), Stockmann, Hobby Hall och Akademiska Bokhandeln (Finland).

STOCKMANN EN INTERNATIONELL FÖREGÅNGARE

Stockmann är en stark aktör inom varuhus- och modehandeln.

Kund- och resultatutveckling utgör grunden för bolagets verksamhet.

Kärnverksamheten i fokus för mångsidiga varuhusgruppen

Stockmanns 16 varuhus i fyra länder erbjuder ett brett och högklassigt produktsortiment, ett konkurrenskraftigt förhållande mellan pris och kvalitet samt sakkunnig och utomordentlig kundservice i en inspirerande shoppingmiljö med internationell atmosfär. Till varuhusgruppen hör även Hobby Halls näthandel, postorder och butik, köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg, Akademiska Bokhandlar, Stockmann Beauty-kosmetikbutiker samt Stockmann och Akademiska Bokhandeln-nätbutiker. Stockmann avslutade den förlustbringande Bestseller-franchiseverksamheten i Ryssland under år 2012. Zara-franchiseverksamheten i Finland avslutades under våren 2013.

Under år 2012 ökade varuhusgruppens omsättning med 5,3 procent till 1 302,7 miljoner euro. Rörelsevinsten uppgick till 48,0 miljoner euro, vilket är 12,8 miljoner mer än föregående år.

Seppälä och Lindex förenade krafterna för att nå framgång

Stockmannkoncernens organisation förnyades under år 2012, då Lindex och Seppälä bildade den nya modekedjorna-affärsenheten. Lindex är en av Europas ledande modekedjor med 469 butiker i 16 länder vid utgången av år 2012. Produktsortimentet

omfattar olika koncept inom dammode, barnkläder, underkläder och kosmetik. Lindex affärsidé är att erbjuda inspirerande prisvärt mode. I slutet av året hade Seppäläs butikskedja 220 butiker i Finland, Ryssland och de baltiska länderna. Seppälä erbjuder ett mångsidigt och förmånligt produktsortiment inom dam-, barn- och herrmode. Seppälä inledde en varumärkesförnyelse år 2012 och målet är att vara en tuff utmanare på den internationella modemarknaden.

Modekedjornas omsättning ökade med sammanlagt 6,0 procent och uppgick till 814,0 miljoner euro. Lindex stod för 82 procent av hela enhetens omsättning. Modekedjornas rörelsevinst uppgick till 50,0 miljoner euro, vilket är 7,3 miljoner mer än föregående år.

Inköpskontoren övervakar anskaffning och produktion

Stockmannkoncernens inköpskontor är belägna i Kina, Hong Kong, Indien, Bangladesh, Pakistan och Turkiet. De köper in mode till Lindex, Seppälä och varuhusgruppens egna modevarumärken av ett nätverk som består av ca 500 fabriker.

Inköpskontorens nära förhållande till leverantörerna är en viktig konkurrensfaktor. Närvaron i anskaffningsländerna ökar också möjligheterna att övervaka att goda och säkra arbetsförhållanden

förverkligas. På samtliga inköpskontor jobbar ansvarsexperter som följer med produktionsprocesserna och verksamhetens ansvarsfullhet.

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

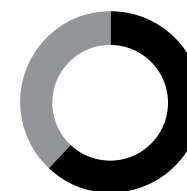
Koncernens ökande internationella verksamhet ställer även krav på åtgärder som bekämpar korruption. Stockmann har uppgjort handlingsanvisningar för personalen vid missbruks- och intressekonfliktsituationer. Dessutom är Stockmann grundande medlem i Transparency Finland rf, som främjar verksamhet som motverkar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

OMSÄTTNING PER MARKNADSOMRÅDE 2012



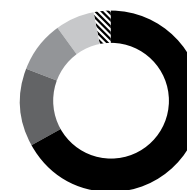
- 50 % Finland
- 25 % Sverige och Norge
- 18 % Ryssland
- 7 % Baltikum och Mellaneuropa

OMSÄTTNING PER ENHET 2012



- 62 % Varuhusgruppen
- 38 % Modekedjorna

OMSÄTTNING PER VARUOMRÅDE 2012



- 67 % Mode och kosmetik
- 14 % Livsmedel
- 9 % Fritid och hobby
- 7 % Hem
- 3 % Böcker, tidningar och papper

STOCKMANN 150 ÅR ANSVARSBÄRANDE VARJE DAG

Stockmann har verkat inom detaljhandeln i mer än 150 år. Ansvar har alltid varit en del av bolagets verksamhet, som startade år 1862 då den första Stockmannbutiken inledde sin verksamhet i Helsingfors. Under åren har vårt bolag vuxit till en internationell koncern med över 700 butiker i 16 länder. Även ansvaret har blivit globalt. För att vi ska kunna erbjuda våra kunder – miljontals människor varje dag – ansvarsfulla köppplevelser, eftersträvar vi att säkerställa säkerheten och kvaliteten i de produkter som säljs samt ansvaret i leveranskedjan.

Stockmann har under sin historia varit en förebild inom samhällsansvar och beaktande av personalen. I Finland har vi varit föregångare inom till exempel företagshälsovård för anställda och dagvård för barn samt i frågor gällande samarbete. Även under år 2012 gjorde vi historia. Vår klimatrapportering steg till en ny nivå, då Stockmann nådde första plats i Nordic Carbon Disclosure Leadership Index kategori Consumer Discretionary. Vi har för avsikt att även i fortsättningen vara föregångare inom miljöfrågor och expanderar god praxis och miljöledningsmodeller till nya verksamhetsländer under år 2013.

Tillfredsställande ekonomiskt resultat

Trots en utmanande verksamhetsmiljö år 2012 lyckades Stockmann uppnå ett tillfredsställande resultat. Tack vare det ökade resultatet utbetalade vi en större dividend till våra aktieägare än föregående

år och erbjöd ett betydande ekonomiskt mervärde även till våra övriga viktiga intressentgrupper.

Utgångspunkterna för år 2013 är emellertid inte lätta. Den europeiska ekonomiska krisen är fortfarande olöst. Konsumenternas förtroende har försvagats och marknaden är svår. Den minskade tillväxten orsakar ett inbesparingstryck för alla aktörer inom detaljhandeln. Det är viktigt att kostnadsstrukturen i vår verksamhet är rätt dimensionerad i förhållande till omsättningsutvecklingen. Därför inledde vi i april 2013 ett omfattande kostnadsbesparingsprogram som berör vår personal speciellt i Finland.

Lojala och långvariga partnerskap

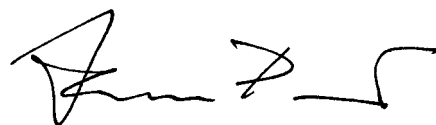
Grundvärdet för Stockmanns affärsverksamhet, kundinriktning, ligger bakom bolagets långvariga framgång. Jag är glad över att vår sakkunniga och engagerade personal kan erbjuda våra kunder rätt slags betjäning och produkter. En stark kundlojalitet skapar möjligheter för framgång även under kommersiellt utmanande tider.

Stamkundernas köp utgör en betydande del av vår försäljning, så vi kommer även i fortsättningen att genom personalutbildningar utveckla våra färdigheter för allt bättre kundmöten. Under jubileumsåret lyckades vi öka antalet stamkunder betydligt. Koncernens totala antal stamkunder överstiger sju miljoner.

En av våra styrkor är även långvariga partner-

skap med våra leverantörer. Ett mångårigt samarbete med nyckelintressentgrupper skapar mervärde för båda parterna. För att förbättra vårt samhällsansvarsarbete genomför vi år 2013 en undersökning inom intressentgrupperna. Detta kommer ytterligare att fördjupa vår förståelse av ansvarsarbete och lyfter fram intressentgruppernas önskemål på ett bättre sätt. Vårt mål är att fortsätta arbeta för en hållbar framtid tillsammans med vår personal, kunder och andra intressentgrupper.

Helsingfors, den 25 april 2013



Hannu Penttilä
verkställande direktör





STOCKMANN 150 VUOTTA STOCKMANN 150 ÅR STOKMANN 150 LET STOCKMANN 150 GADI STOCKMANN 150 AASTAT STOCKMANN 150 VUOTTA STOCKMANN 150 ÅR STOKMANN 150 LET STOCKMANN 150 G

ANSVARSFULL VERKSAMHET HÖJDPUNKTER UNDER ÅR 2012

Varuhusgruppen



Miljöledningssystem har använts i 10 år

Miljöledningssystemet ISO 14001 har använts i varuhusgruppen i Finland redan i 10 års tid.

Stockmannvaruhuset har utvecklat sitt miljöarbete långsiktigt och varuhuset ledande inom handelsbranschen gällande sortering. *Läs mer om miljöansvaret på sidan 18.*

Nya certifikat

Färskfiskdiskarna i Stockmann Delikatessen var de första i Finland som beviljades den internationella miljömärkningen för fiskprodukter, Marine Stewardship Council (MSC) certifikatet. Där till

beviljades Stockmanns centralkök i augusti ISO 22000-certifikatet för hantering av livsmedelssäkerhet. *Läs mer om nya certifikat på sidorna 15 och 17.*

Vi bygger framtiden tillsammans

I varuhusgruppens värde diskussion deltog tusentals stockmanniter. Resultaten från varuhusgruppens värde diskussioner som inleddes år 2011 samt det nya värdet, mod, lanserades under hösten.

Värdena, som har tagits fram genom samarbete, stöder varuhusgruppens vision om att vara Europas bästa varuhuskedja. *Läs mer om personalpolitiken på sidan 10.*

Modekedjorna



Ansvarsfulla kollektioner

Seppäläs nya babykollektion lanserades i april. I kläderna gynnas ekologiska material. Lindex Mis-

soni-kollektionen, som började säljas i september, var en framgång mätt med många olika indikatorer. 10 procent av kollektionens försäljningspris gick oavkortat till Rosa Bandet-fonden. Totalt donerade Lindex 1,8 miljoner euro till kampen mot bröstcancer och bröstcancerforskning. Den insamlade summan fördubblades nästan jämfört med år 2011. *Läs mer om ansvarsfulla produkter på sidan 14.*

Det nya projektet ökar välfärden för unga kvinnor

Stockmannkoncernen eftersträvar att öka den lokala välfärden samt goda och säkra arbetsförhållanden genom samarbete med olika intressentgrupper. Lindex startade under år 2012 i samarbete med BSR (Business for Social Responsibility) Health Enables Returns-projektet, som fokuserar på unga kvinnors hälsa och välfärd i två fabriker i Bangladesh och Pakistan. *Läs mer på sidan 15.*

Priser

- Första plats i Nordic Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) kategorin Consumer Discretionary
- Det näst bästa ryktet inom handelsbranschen i den av TNS Gallup genomförda undersökningen Företagens rykte och ansvar år 2012.
- Fjärde plats i konsult- och undersökningsföretaget Universums undersökning om Finlands populäraste arbetsplatser kaupan alan opiskelijoiden keskuudessa.
- Hobby Halls contact center Finlands bästa 2012.

Läs mer om priserna på sidan 25.

STRATEGI FÖR EN HÅLLBAR FRAMTID

VI HAR FÖRBUNDIT OSS

*att jobba för
en hållbar
framtid.*

VI ERBJUDER

*våra kunder
ansvarsfulla
köppoplevelser.*

- Ansvar är ett av bolagets grundvärden.
- Strategin och policyn för samhällsansvar och de tio principerna i FN:s Global Compact-initiativ styr ansvarsarbetet.
- Handlingsinstruktioner och riktlinjer säkerställer ansvarsfull verksamhet i vardagen.

Ansvar har varit en viktig del av Stockmannkoncernens affärsverksamhet i över 150 års tid, allt sedan bolaget grundades. Ansvar är ett av bolagets grundvärden. Stockmann verkar på en etiskt hög nivå och följer internationella samt i verksamhetsländernas nationella lagar och förordningar i sin verksamhet. Utöver detta styrs Stockmanns verksamhet av internationella avtal och rekommendationer.

Strategin för samhällsansvar som godkändes år 2011, stöder affärsverksamhetens mål och ökar effektiviteten. Stockmanns vision är att vara en föregångare inom detaljhandeln. Vi har förbundit oss att arbeta för en hållbar framtid och erbjuder våra kunder ansvarsfulla köppoplevelser.

Grunden för bolagets ansvarsarbete är strategin och policyn för samhällsansvar och de tio principerna i FN:s Global Compact. I enlighet med FN:s Global Compact-initiativ främjar Stockmann mänskliga rättigheter, rättigheter i arbetslivet, miljöarbete och verksamhet som motverkar korruption. Ansvar ingår i varje anställds dagliga arbete och beslutsfattande, och det stöds med hjälp av handlingsinstruktioner och riktlinjer samt

utbildning.

En styrgrupp för samhällsansvar står för genomförandet av samhällsansvaret i Stockmannkoncernen och tillhörande utvecklingsarbete och uppföljning. Styrgruppens ordförande är varuhusgruppens direktör, koncernens vice verkställande direktör Maisa Romanainen. Ärenden och förslag som behandlas i styrgruppen förbereds av koncernens arbetsgrupp för samhällsansvar.

Målen för samhällsansvaret

Målen för Stockmannkoncernens samhällsansvar indelas i följande delområden: People (socialt ansvar), Planet (miljöansvar) och Profit (ekonomiskt ansvar). Förverkligandet av fokusområdena mäts och följs upp regelbundet. Under år 2013 behandlas dessa även i samband med en omfattande intressentgruppsanalys.

Stockmannkoncernen redogör öppet och regelbundet om sin ansvarsverksamhet årligen i sin CSR-rapport och i Carbon Disclosure Project (CDP)-rapporten som gäller hantering av klimatförändringen samt på bolagets webbplats på adressen stockmanngroup.com.

People – vi tar hänsyn till individer och samfund

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 indirekt

till produkternas leveranskedja, tillverkning och produktsäkerhet.

Stockmann firade sitt 150-årsjubileum tillsammans med olika intressentgrupper, såväl kunder som anställda. Traditionsenligt tilldelades personer med lång anställning i bolaget förtjänstecken. Under jubileumsåret fick sammanlagt 564 anställda ett förtjänstecken. 54 av dessa har varit anställda vid bolaget i över 30 års tid. Under år 2012 ändrades koncernens organisationsstruktur och därmed skapades nya befattningar i Seppälä och Lindex. Genom en aktiv intern arbetsmarknad erbjöds hundratals stockmanniter nya karriärmöjligheter inom koncernen.

Leveranskedjans ansvar är en utmaning för Stockmannkoncernen och hela detaljhandelsbranschen. Stockmannkoncernen har sex inköpskontor för mode i fem länder (Kina, Indien, Bangladesh, Pakistan och Turkiet). Närvaron i anskaffningsländerna ökar möjligheterna att övervaka att goda och trygga arbetsförhållanden förverkligas. Dessutom har Stockmannkoncernen sedan år 2005 varit medlem i initiativet Business Social Compliance Initiative (BSCI), med hjälp av vilken leveranskedjans sociala ansvar utvecklas och övervakas.

Planet – vi verkar för miljön

Stockmanns miljömål handlar om att hantera de miljöeffekter som affärsverksamheten orsakar, att miljöfrågor systematiskt observeras vid anskaff-

People

Hos oss respekteras människan

Vi utbildar vår personal
i ansvarsfrågor

Ansvarsfullt tillverkade produkter

Vi följer produktsäkerhetslagar
och bestämmelser samt våra
egna fastställda krav

Planet

Vi eftersträvar att minska
miljöverkningsarna av
vår verksamhet

Ansvarsfulla inköp

Vi erbjuder våra kunder
ansvarsfulla produkter som
en del av vårt sortiment

Profit

Vårt samhällsansvarsarbete
stöder målen för vår affärsverksamhet
samt stärker vår företagsbild

Välgörenhet

Stockmann är känt som ett
ansvarsfullt och öppet bolag
bland investerare

ningen av produkter och tjänster för eget bruk samt att erbjuda ansvarsfulla produkter som en del i sortimentet.

Av Stockmanns modekedjor lanserade Seppälä år 2012 framgångsrikt en babykollektion som gynnar ekologiska material. Lindex kunder köpte betydligt fler produkter tillverkade i ansvarsfulla material än tidigare. Under år 2012 erbjöd Lindex sina kunder 8,9 miljoner produkter som tillverkats i ekologisk bomull eller återvunna fibrer. Sortimentet av ansvarsfulla produkter i Stockmannvaruhuset i Finland expanderade, till exempel genom MSC-certifikatet för Delikatess-matavdelningarnas fiskdiskar.

Stockmannvaruhuset i Finland satsar på energieffektivitet genom frivilliga åtgärder samt olika projekt och avtal. Stockmannvaruhuset i Finland är föregångare inom kedjan när det gäller miljöfrågor. Nästa mål är att expandera fungerande och effektiv miljöpraxis till de baltiska länderna.

Profit – vår verksamhet ger resultat

Med ekonomiskt ansvar avses god ekonomihushållning genom vilken ägarnas avkastningsförväntningar uppfylls, att stadigvarande arbetsplatser erbjuds till de anställda och ekonomisk välfärd skapas i samhället överlag. År 2012 uppnådde Stockmann ett rimligt ekonomiskt resultat i ett krävande marknadsklimat. På längre sikt är Stockmanns mål en fortsatt lönsam tillväxt.

Verksamhetens utmaningar och möjligheter

I all verksamhet eftersträvas att 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.

Stockmanns år 2012 präglades av en osäker ekonomisk situation och svag förutsebarhet gällande utsikter. Bolagets utmaningar för den närmaste framtiden gäller särskilt den allmänna ekonomiska situationen och konsumentbeteendet. Kundernas förväntningar gällande produktsortiment och serviceformer ökar. Detta skapar tillväxtmöjligheter för koncernens nätbutiker och expanderar av sortimenten med ansvarsfulla produkter.

Långsiktiga risker som förknippas med klimatförändringen är till exempel prisutvecklingen på energi och tillgången på råmaterial. Stockmann utvecklar kontinuerligt sin verksamhet i en klimatanvänlig riktning och söker nya kostnadseffektiva lösningar för att förbättra energieffektiviteten. För att säkerställa verksamhetsmöjligheter på längre sikt måste Stockmanns affärsenheter följa med

frågor gällande naturresursernas tillräcklighet och i anslutning därtill frågor gällande tillgången på råmaterial. Ett nära samarbete med de egna märkenas designers samt inköpskontoren är en möjlighet att redan i produktens planeringsskede uppmärksamma att de valda materialen och produktens tillverkning belastar miljön så lite som möjligt. Om tillgången på nuvarande råmaterial och slutprodukter försvåras, ökar betydelsen av miljövänliga produkter och särskilt återvinningsmaterial allt mer. Dessutom kan de förändringar i verksamhetsmiljön som förorsakas av klimatförändringen, som torka och översvämningar, även påverka framtida anskaffningskällor och öka den lokala anskaffningen inom vissa produktgrupper.



I varuhusgruppens värdediskussion arrangerades en webbdiskussion över landsgränserna, till vilken den högsta ledningen hade bjudit in alla anställda. Sammanlagt deltog cirka 1 350 personer i diskussionen på intranätet under två dagars tid och nästan 500 kommentarer och frågor ställdes.

Planner Minna Mähönen deltog på varuhusdagen i Finland, som ordnades på hösten 2012, i en workshop som behandlade värden. Under workshopen skapades sammanlagt ca 440 konstverk.

CENTRALA INTRESSENTGRUPPER OCH FÖRDELNING AV MERVÄRDET



Stockmanns 150-årsdag firades i februari 2012 på många olika sätt. I varuhuset i Helsingfors ordnades en tillställning för inbjudna gäster. Över 7 000 stamkunder på First-nivå och övriga intressentgrupper bjöds in. Tillsammans med personalen i varhusgruppen i Finland firades bolagets framgång och aktningvärda ålder genom till exempel en festlunch.

Stockmannkoncernens verksamhet medförde under räkenskapsperioden 2012 ekonomiskt mervärde till samtliga bolagets intressentgrupper: **kunder, personal, aktieägare och investerare, varu- och tjänsteleverantörer samt myndigheter och organisationer.** De centrala intressentgrupperna identifierades och valdes ut i samband med att strategin för samhällsansvaret utarbetades.

Stockmann har ett nära samarbete med sina centrala intressentgrupper och ställer sin erfarenhet till intressentgruppernas förfogande genom olika arbetsgrupper och initiativ. Med sin verksamhet eftersträvar Stockmann att främja hållbar utveckling samt öka sina intressentgruppers förståelse och medvetenhet om ansvar.

Skapandet av ekonomiskt mervärde

Stockmann är en betydande arbetsgivare, inköpare av produkter och tjänster, investerare, skattebetalare samt samarbetspartner. Fördelningen av det mervärde som skapas i Stockmanns verksamhet presenteras i tabellen på följande sida.

Största delen av det ekonomiska mervärdet går till personalens löner och arvoden: Stockmann sysselsatte under år 2012 i genomsnitt 15 603 personer som förtjänade löner, arvoden och pensionsavgifter till ett sammanlagt värde av 361 miljoner euro.

Som en del av sitt samhällsansvar donerar Stockmann varje år pengar till allmännyttiga ändamål. Målet för donationerna är att stödja bildning,

kultur, forskning och andra samhälleliga projekt på ett nationellt plan eller i flera av koncernens verksamhetsländer.

Under sitt 150-årsjubileum stödde Stockmann bland annat John Nurminens Stiftelses projekt Ett rent Östersjön och Centralförbundet för de gamlas väls utmaningskampanj Fyra generationers träffar samt HelsingforsMissions kampanj Rädda generationen med en juldonation. Stockmanns välgörenhet styrs av donationspraxis som finns tillgänglig på bolagets webbplats.

Koncernens affärsenheter kan stödja allmännyttiga projekt som en del i sina kommersiella kampanjer, av vilka Lindex samarbete med Cancerfondens Rosa Bandet-kampanj är det mest kända. Under år 2012 samlade Lindex in 1,8 miljoner euro till bröstcancerforskning, vilket är nästan dubbelt mer än året innan.



Den lyckade Lindex Missoni-kollektionen och Rosa Bandet-samarbetet inbringade en rekordsumma till bröstcancerforskningen.

Vi förbättrar samarbetet med intressentgrupper

Stockmannkoncernen genomför en omfattande intressentgruppsanalys under år

2013

Målet är att utreda de centrala intressentgruppernas synpunkter på och önskemål för Stockmannkoncernens samhällsansvar och rapporteringen om det.



För kunden: Stockmanns flaggskeppsvaruhus i Helsingfors centrum har årligen över 15 miljoner besökare.

EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENTGRUPP

Milj. euro		2012	2011	2010
Skapande av mervärde				
Kunder*	Försäljning, exkl. moms., övriga rörelseintäkter, finansieringsintäkter	2 118,8	2 006,1	1 830,1
	Ett av våra grundvärden är kundinriktning och det styr oss starkt att prioritera kundernas behov. Vi vill utveckla dialogen med våra kunder och bättre förstå deras behov och förväntningar gentemot Stockmann.			
Varuleverantörer och serviceproducenter*	Köpta produkter och tjänster, inkluderar investeringsnyttigheter och erlagda hyror	-1 610,4	-1 533,8	-1 474,8
	Vi engagerar våra leverantörer och serviceproducenter i vårt CSR-arbete. Vi strävar efter att tillsammans utveckla vårt partnerskap så att vi kan garantera goda affärsverksamhetsförutsättningar för alla parter och den bästa betjäningen för våra kunder.			
Mervärde producerat av Stockmann		508,4	472,3	355,3
Fördelning av mervärde				
Personal*	Löner, arvoden och pensionskostnader	-361,0	-348,6	-324,0
	Stockmann är en bra arbetsplats. Vi har ett gott arbetsklimat och vi strävar efter att jämt 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	Dividender	-43,2	-35,9	-58,3
Finansierare	Finansieringskostnader	-34,2	-34,9	-22,8
	Stockmann vill vara ett intressant och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden. Vi har belönat våra trogna kunder och ökat antalet aktieägare betydligt genom starkundsoptionsprogrammen.			
Offentliga sektorn*	Övriga socialutgifter, skatter	-45,4	-46,4	-33,7
	Vi samarbetar aktivt med myndigheter och olika organisationer. Vi nätverkar och strävar efter inflytande för att kunna främja en hållbar utveckling.			
Utdelat till intressentgrupperna sammanlagt		-483,8	-465,8	-438,8
Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten		24,6	6,5	-83,5

*Beräkningsprinciperna har ändrats att bättre motsvara GRI-beräkningsdirektivet.

PEOPLE

ANSVAR FÖR PERSONALEN

STOCKMANN KONCERNENS GRUNDVÄRDEN:

*Resultatnriktning
Kundnriktning
Effektivitet
Engagemang
Människan värdesätts
Ansvar*

- Över 500 av bolagets långvariga personal belönades med förtjänsttecken.
- Varuhusens chefer utbildades under mer än 600 dagar.
- Seppäläs och Lindex samarbete stärktes genom grundandet av den nya modekedjorna-affärsenheten.

Stockmannkoncernen är en betydande sysselsättare och i målen för bolagets sociala ansvar betonas särskilt den egna personalen. Koncernen har egen personal i 15 länder. Stockmannkoncernen iakttar lokal lagstiftning i alla sina verksamhetsländer och behandlar de anställda jämlikt och i enlighet med jämställdhetsprincipen i alla personalfrågor.

Stockmann respekterar sina anställda och utbildar dem regelbundet. Målet är att vara en attraktiv och omtyckt arbetsgivare på arbetsmarknaden. Förutom de anställdas personliga och professionella utveckling beaktas en hälsosam och trygg arbetsmiljö. Personalen uppmuntras även att sköta om sitt eget välmående.

Personalledningens praxis

Bolagets personalpraxis baseras på värdena och personalstrategin. Affärsenheterna följer gemensamma spelregler, men har även egna, mer detaljerade verksamhetssätt gällande personalen, vilka stöder enhetens framgång och personalens välfärd. Personaldirektören ansvarar för bolagets

personalfrågor. Personaldirektören utsågs till medlem i koncernens ledningsgrupp från och med 1.1.2013.

Genomförandet av god personalpraxis följs upp med regelbundna personalenkäter, utvecklingssamtal samt övriga kanaler för respons. Till exempel genomfördes en omfattande värdediskussion i varuhusgruppen under år 2012. Till följd av diskussionen förnyades enhetens värden. År 2013 genomfördes en SOUND-personalenkät inom varuhusgruppen i Lettland, Ryssland och Estland. Modekedjorna fortsätter med sina Spirit- och Souls-program. Styrkan i dessa coachningsprogram är den ömsesidiga responsen, genom vilken man funnit nya, effektiva verksamhetssätt som berör hela kedjan.

Samarbetet mellan anställda och ledning har långa anor

Stockmann har varit föregångare i samarbetsfrågor 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 som sammanträder 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 gjorde de anställda ett förslag om att grunda ett europeiskt företagsråd (European Works Council, EWC) i Stockmannkon-

cernen. Arbetsgivaren och fackförbunden har redan inlett förhandlingar i frågan. Om ett avtal ingås under år 2013, kunde rådet starta sin verksamhet år 2014.

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

I Finland omfattas cirka 85 procent av Stockmannkoncernens personal av kollektivavtal. Stockmann respekterar personalens organisationsfrihet och rätt till kollektivavtalsverksamhet. Bolaget följer inte upp organisationsgraden, men för statistik över anställda vilkas fackföreningsavgift avdras från lönen. År 2012 omfattades 26 procent av personalen i Finland av innehållna medlemsavgifter. I andra verksamhetsländer har man inte insamlat statistik.

Mångformig och internationell personal

Vid utgången av år 2012 hade Stockmannkoncernen 16 041 anställda. Varuhusgruppen hade flest anställda, med 9 634 anställda vid årets utgång. Modekedjorna hade sammanlagt 6 121 anställda vid årets utgång, varav 4 702 i Lindex och 1 419 i Seppälä. Antalet anställda i Seppälä var lägre än föregående år på grund av nedläggningen av 13

butiker. Lindex öppnade 21 egna butiker under år 2012, vilket ökade antalet anställda. Stockmanns koncernadministration hade 132 anställda vid årets slut och 154 personer var anställda vid bolagets inköpskontor.

År 2012 var personalomsättningen 26 procent, vilket motsvarar branschens genomsnitt. Personalomsättningen beror emellertid i stor utsträckning på de lokala arbetsmarknaderna. I Finland var personalomsättningen 13 procent som är klart lägre än genomsnittet inom handelsbranschen, medan den är större i till exempel Ryssland. Antalet heltidsanställda arbetstagare uppgick till sammanlagt 6 761 och deltidsanställda till 9 280. Antalet heltidsanställda arbetstagare minskade med 348 jämfört med föregående år. Behovet av visstidsanställda arbetstagare är stort inom handelsbranschen. År 2012 var 16 procent av Stockmannkoncer-

nens personal visstidsanställda. Galna Dagar-kampanjen samt sommar- och julsäsongen inom handelsbranschen ökar andelen visstids- och säsonganställningar.

Varuhusgruppen och modekedjorna erbjuder många unga en möjlighet att bekanta sig med arbetslivet genom olika praktikperioder som ordnas av läroinrättningar. I Finland erbjöds till exempel 382 studerande en praktikplats och en möjlighet att bekanta sig med handelsbranschens verksamhet och kundservicearbete år 2012.

Koncernens personal bestod år 2012 av 84 procent kvinnor och 16 procent män. Andelen kvinnliga direktörer var hög inom alla funktioner: 65 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 2012 arbetade av koncernens anställda, 53 procent eller 8 488 personer, utomlands. En förutsättning för internationell framgång är således att bolaget drar nytta av lokal expertis gällande landet i fråga. Användningen av lokal personal medför extra kompetens och mångfald i bolagets verksamhet och skapar samtidigt även ekonomiska multiplikatoreffekter på orten. Över hälften av ledningen och mellanledningen i utlandsverksamheten är lokala proffs inom detaljhandel. År 2012 var alla medlemmar i varuhusgruppens ledningsgrupp och ledningen i varuhuset i Finland finländare. 69 procent av varuhusdirektörerna och medlemmarna i landsledningsgrupperna i de baltiska länderna och Ryssland var lokal personal. Alla personer som arbetade i den högsta ledningen i Lindex under 2012 var svenskar. 60 procent av Lindex landschefer var lokal

Personalen bygger upp MODEKEDJORNAS FRAMTID



Utvecklingsprogrammet **Lindex Souls** styrka ligger i att dra nytta av kunskaper hos modekedjans egen personal. Deltagarna i programmet är noga utvalda utifrån att de är inspirerande förebilder inom Lindex och starkt kan bidra till att utveckla verksamheten genom att de representerar olika kompetenser t.ex. genom att fundera på framtidens framgångsfaktorer. Målet är att skapa nya verktyg och verksamhetsmodeller som gynnar hela kedjan, från inköp till butiker. Under år 2012 deltog 8 medarbetare i coachingprogrammet Lindex Souls. Deras uppdrag var att utreda på vilket sätt Lindex möter sina kunder år 2020.

Seppäläs Spirit är ett coachningsprogram, genom vilket modekedjans nya och äldre anställda får introduktion och information. Som coacher fungerar butikschefer samt Spiritorer, som har fått en separat utbildning. Butikscheferna coachar sin egen personal och Spiritorererna coachar nya butikschefer. Utöver huvudkontorets Spiritorgrupp (på bilden) verkar sammanlagt 25 Spiritorer i fem länder inom kedjan. Spiritorererna höll månatliga coachningar i butikerna, och under år 2012 hölls sammanlagt över 1 000 Spirit-coachingstimmar.





Galna Dagar-kampanjen och handelns säsonger erbjuder möjligheter att bekanta sig med detaljhandelns vardag.

Vi uppskattar långa arbetsförhållanden

Bolaget delar varje år ut förtjänstecken till personal som tjänstgjort länge. Traditionen fick sin början år 1924 och **under årens lopp har man delat ut nästan 20 000 förtjänstecken.**

Utmärkelser delas ut för 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45 och 50 års anställning i Stockmannkoncernen. Under jubileumsåret fick 564 koncernanställda i 4 länder förtjänstecken.

personal. Alla medlemmar i Seppäläs ledningsgrupp var finländare år 2012 och landschefen i varje verksamhetsland var lokal personal. År 2012 ingick i Seppäläs ledningsgrupp utöver de 7 finska medlemmarna en est som fungerar som landschef för de baltiska länderna.

Arbetshälsa och arbets säkerhet viktiga frågor

Företagshälsövården har i alla verksamhetsländer arrangerats i enlighet med lokala lagar och förordningar. År 2012 omfattades alla fast anställda medarbetare i Finland som hade arbetat i över fyra månader, cirka 6 000 personer, av företagshälsövård på sjukvårdsnivå. Kostnaderna för företagshälsövården i Finland uppgick till 2,1 miljoner euro. Arbetsvälfärd och arbets säkerhet behandlas regelbundet i personalnämnderna, som verkar i enlighet med kraven i den lokala lagstiftningen och som representerar alla personalgrupper.

Under år 2012 genomfördes en omfattande utbildning om hälsofrämjande ledningsarbete, i vilken nästan alla chefer i Finland deltog. Med hjälp av utbildningen försöker man öka arbetsvälfärden och minska frånvaro och de kostnader som detta medför. I förebyggande arbete satsas även genom hela koncernens arbets säkerhetsdag, som arrangeras vartannat år. Under rapportperioden deltog 64 personer som verkar som arbetsskyddsfullmäktig, vice fullmäktig och arbetsskyddschef eller arbetar inom uppgifter som företagshälsövård, fastighetsservice och hr i den omfattande utbildningen. Dessutom har olycksfall i arbetet minskat och säkerheten i arbetsgemenskapen förbättrats märkbart under året genom interna olycksfall och nära ögat-anmälningar. Det elektroniska anmälningsförfarandet möjliggör en snabbare behandling av

korrigerande åtgärder och en bättre allokering av rekommendationer om säkra arbetsätt för de anställda. Av de inträffade olycksfallen i Finland sker de flesta under arbetsresor, oftast är det fråga om halkningar.

Varuhusgruppens chefer utbildades i sammanlagt över 600 dagar i olika utbildningar under år 2012.

Löner, incitament och förmåner

Även om koncernens genomsnittliga antal anställda minskade något under året, låg koncernens lönesumma kvar på samma nivå som år 2011 på grund av löneförhöjningar. De totala kostnaderna från anställningsförmåner uppgick till 405,1

miljoner euro, dvs. 19,1 procent av omsättningen.

De anställda belönas för framgångar och uppmuntras på detta sätt även till att öka bolagets framgång, produktivitet och tillväxt. En betydande del av personalen tillhör något incitamentsystem. Incitamentsystem för chefer och sakkunniga baseras på ekonomiska indikatorer. För anställda inom andra uppgifter används främst gruppincitamentsystem. År 2012 förtjänade personalen sammanlagt 5,8 miljoner euro i olika incitament för 2011 års resultat. För Stockmannkoncernens ledning och mellanledning finns även ett optionsprogram för nyckelpersoner, vars kostnad år 2012 uppgick till 1,5 miljoner euro. Mer information om ledningens belöning finns i redogörelsen om löner och arvo-

PERSONALSTATISTIK

	2012	2011	2010
Anställda 31.12	16 041	15 960	16 184
i Finland	7 553	7 237	7 430
i utlandet	8 488	8 723	8 754
Antalet anställda i medeltal	15 603	15 964	15 165
Personal omräknat till heltidsanställda, i medeltal	11 898	12 172	11 503
Personalens medelålder	34	34	35
i Finland	34	34	36
i utlandet	34	37	34
Omsättning bland den fastanställda personalen, i medeltal %	26	30	24
i Finland	13	15	14
i utlandet	37	42	34
Sjukfrånvaro, %	4,5	4,9	4,3
i Finland	4,2	4,5	4,4
i utlandet	4,8	5,6	4,2
Andelen heltids/deltidsanställda av personalen, %	42/58	45/55	42/58
i Finland	42/58	43/57	41/59
i utlandet	42/58	46/54	43/57
Rapporterade arbetsolycksfall på arbetsplatsen i Finland, st.	212	243	271
Personalkostnader, andel av omsättningen, %	19,1	19,4	19,9

den på bolagets webbplats.

Stockmannkoncernen erbjuder de personalförmåner som förutsätts i lagstiftningen i alla verksamhetsländer. I de flesta verksamhetsländer erbjuds de anställda förmåner som klart överstiger kraven i lagstiftningen, som sjukförsäkringar och måltidsförmåner. Anställningsförmåner är även tjänstetelefon och tjänstebil, vilka erbjuds om arbetsuppgiften kräver detta. Alla anställda har möjlighet till en köpförmån, dvs. rätt att köpa produkter till personalpris i butiker som ingår i koncernen.

Stockmann stöder fast anställdas rekreations- och fritidsverksamhet med till exempel stöd för motion, olika personalklubbar och möjlighet att hyra semesterstugor. År 2012 stödde bolaget de anställdas fritidsverksamhet med över 0,4 milj. euro.

Jobbrotation mellan affärsenheter

Kontinuerlig utveckling och en aktiv intern arbetsmarknad är Stockmanns styrkor. Möjligheter till att byta uppgifter mellan affärsenheter, funktioner och länder främjar inläringen och att en kunnig personal förblir anställd i bolaget. Många av koncernens ledande personer har tidigare arbetat med kundserviceuppgifter och många har även erfarenhet från olika håll i bolaget.

År 2012 satsade varuhusgruppen starkt på en effektiv och teamliknande inköpsverksamhet i och med införandet av en ny buyer-planner-verksamhetsmodell. I den omfattande organisationsförändringen försökte man dra nytta av bolagsintern kompetens i så stor utsträckning som möjligt.

I modekedjorna-enheten var årets viktigaste projekt införandet av en verksamhetsmodell enligt den nya organisationsstrukturen och en processre-

form. Organisationsförändringen erbjöd nya interna karriärvägar, men man beslöt att till Seppälä rekrytera även nya personer till helt nya arbetsuppgifter för att utveckla modekedjans varumärke och stöda dess framgång.

Från avdelningschef TILL VARUHUSDIREKTÖR

Maria Martynova inledde sin Stockmannkarriär år 1998 som avdelningschef i Nevsky-butiken i S:t Petersburg. Senare arbetade Martynova under flera år som butikschef tills hon bytte affärsenhet sommaren 2008 och blev landschef för Lindex i Ryssland. Martynova återvände till varuhusvärlden år 2012, då hon började som direktör i det ryska flaggskeppsvaruhuset i S:t Petersburg.

Bakom framgången i Ryssland ligger en lokal och motiverad personal som har förbundit sig till varuhusgruppens värden och Stockmanns kundinriktade verksamhetsmodell. Varuhuset i S:t Peters-

burg har över 500 anställda, vilka Martynova varit med om att rekrytera. "I egenskap av varuhusdirektör intervjuar jag varje fast anställd försäljare och säkerställer att blivande medarbetare har en lämplig attityd genom att inleda en värdediskussion redan vid rekryteringen", säger Martynova.

"Stockmann är en ansvarsfull arbetsgivare och vår personal är stolt över att vara stockmanniter. De uppskattar möjligheten att utvecklas tillsammans med bolaget. Vårt mål är att förbättra vår verksamhet kontinuerligt och vara en del av Europas bästa varuhusedja", säger Maria Martynova,

direktör för varuhuset i S:t Petersburg.

Martynova har deltagit aktivt i interna utbildningar. Hon medverkar även i Stockmanns nya LEAD-coachningsprogram. Utbildningsprogrammets mål är att fördjupa chefskompetensen och stärka en ledarskapskultur som bygger på strategin och värden. Dessutom har deltagarna möjlighet att lära sig mer om det internationella Stockmann och stifta bekantskap med kollegor som verkar i andra länder och arbetar med andra uppgifter.

"Bakom framgången i Ryssland ligger en lokal och motiverad personal", berättar direktören för varuhuset i S:t Petersburg Maria Martynova.



ANSVARSFULLA PRODUKTER OCH LEVERANSKEDJAN



- Modekedjorna hade i sortimenten ungefär 9 miljoner plagg tillverkade i ekologisk bomull eller återvunna fibrer.
- Stockmann Delikatess-matavdelningarna stärkte sin ställning som föregångare med MSC-certifikatet.
- Nästan 350 fabriksrevisioner genomfördes i leveranskedjan: 173 externa BSCI-revisioner och 170 interna revisioner.

Stockmannkoncernens mål är att säkerställa att de produkter som säljs är säkra samt en ansvarsfull leveranskedja och tillverkning. År 2012 utökades modekedjornas sortiment med plagg tillverkade i ekologisk bomull eller återvunna fibrer. Även Delikatess-matavdelningarnas sortiment av ansvarsfulla produkter utökades i Finland.

Största delen av sortimentet i Stockmannvaruhuset består av internationella och inhemska märkesprodukter, vars ansvar behandlas i samband med inköpsförhandlingarna. Över hälften av produkterna under de egna varumärkena i varuhusgruppens mode införskaffas genom koncernens egna inköpskontor. Alla Lindex produkter och en betydande del av produkterna i Seppäläs sortiment införskaffas via de gemensamma inköpskontoren. Inköpskontoren ligger i Kina, Hongkong, Indien, Bangladesh, Pakistan och Turkiet. De köper in kläderna som ska säljas via ett nätverk som består av cirka 220 leverantörer och ungefär 500 fabriker. Stockmannkoncernen har inga egna

fabriker eller produktionsanläggningar.

Stockmannkoncernen förutsätter att leveranskedjorna i anslutning till dess egna varumärken iakttar uppförandekoden Supplier Code of Conduct, som baseras på principerna i Business Social Compliance Initiative (BSCI). Stockmann 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. Om brister upptäcks i leveranskedjan, uppgörs en åtgärdsplan för att korrigera dessa och genomförandet av planen följs upp.

Socialt ansvar i leveranskedjan

Stockmanns sociala ansvar sträcker sig förutom till bolagets egna anställda indirekt också till arbetsförhållandena för dem som är anställda i leverantörernas leveranskedja. Stockmannkoncernen har sedan år 2005 varit medlem i BSCI-initiativet. BSCI är ett gemensamt samarbetsorgan för socialt ansvar som utvecklats av europeiska företag, fackföreningsrörelser och organisationer 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 Stockmann förbundit sig till den internationella varuhusorganisationen IADS:s (International Association of Depart-

ment Stores) principer för ansvarsfull importhandel. Under rapporteringsåret hade 16 leverantörer SA8000-certifikat, vilket anger att dessa företag har infört behövliga interna processer för att säkerställa de anställdas grundläggande mänskliga rättigheter.

En betydande del av Stockmannkoncernens egna produkter kommer från områden som BSCI klassificerar som riskländer, såsom Kina och Bangladesh. Risker gällande socialt ansvar som identifierats i Stockmanns leveranskedjor är brister som lyfts fram vid revisioner eller i den offentliga debatten, särskilt gällande overtidsarbete, avlöning och dokumentation om de anställda. För att förbättra handlingsätten uppmanar Stockmann de leverantörer som medverkar i BSCI-revisionsprocessen att delta i utbildningar om goda och säkra arbetsförhållanden.

Regelbundna fabriksrevisioner

År 2012 utfördes sammanlagt 173 BSCI-revisioner på fabriker i riskländer som tillverkar Stockmannvaruhusens och modekedjornas egna märkesprodukter. Nästan hälften av de reviderade fabriker fick vitsordet Godkänt, medan 23 procent fick vitsordet Uppfyller inte kraven. Av alla revisioner som genomfördes år 2012 uppgick antalet nya revisioner, dvs. revisioner i det första skedet, till totalt 128.

BSCI-revisioner utförs av internationellt godkända oberoende utvärderingsföretag. Utöver



BSCI:S CODE OF CONDUCT

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. Miljöskyddslag och förordningar
10. Ledningssystem

dessa externa revisioner utförde Stockmannkoncernen 170 egna fabriksrevisioner genom sina inköpskontor under år 2012. Varje inköpskontor har ansvarsexperter som följer upp produktionsprocesserna och ansvar i verksamheten. Inköpskontorens representanter granskar alltid inför uppgörandet av nya avtal och produktionens inledning fabrikernas verksamhetsmodeller och kvalitetsnivån. Vid de egna revisionerna fäster man uppmärksamhet vid de anställdas arbetsförhållanden och miljöfrågor. Utöver detta har man under flera år fäst särskild uppmärksamhet vid fabrikerernas brandsäkerhet i Bangladesh, i samarbete med textilbranschorganisationen BGMEA. För att öka brandsäkerheten i de produktionsanläggningar som koncernen använder utdelades utbildningsmaterial till fabrikerna och brandinspektioner genomfördes i 40 fabriker under år 2012 och i början av år 2013. Under år 2012 uppstod flera eldsvådor i Bangladesh i fabriker men inga produktionsenheter som levererar varor till Stockmannkoncernen har varit drabbade av bränder. För att förebygga olyckor gör externa inspektörer under år 2013 elinspektioner i produktionsanläggningar som koncernen använder i Bangladesh.

Deltagande i lokal verksamhet

Många av utmaningarna i anslutning till arbetsförhållanden i riskländerna begränsas inte till enstaka fabriker utan gäller för hela landet, eller en industribransch. Stockmannkoncernen eftersträvar att öka den lokala välfärden samt goda och säkra arbetsförhållanden genom samarbete med olika intressentgrupper. Lindex inledde under år 2012 ett samarbete med BSR (Business for Social Responsibility) och förband sig till Health Enables Returns (HER)-projektet. Genom projektet kan kvinnor

som arbetar vid utvalda fabriker i Bangladesh och Pakistan få utbildning i välfärdsfrågor som intresserar dem. HER-projektet har under året även nått en bredare publik genom kvinnorna som arbetar i fabrikerna, då de som deltagit i utbildningarna har delat med sig av informationen och god praxis till sin närmaste krets. Med hjälp av projektet har kvinnornas medvetenhet om sin egen och familjens hälsa och välfärd ökat och frånvaron från fabrikerna har minskat. Lindex fortsatte under året de redan tidigare inledda skolelevprojekten School of Hope i Bangladesh samt Shanghai Sunrise i Kina.

Bredare sortiment av ansvarsfulla produkter

Stockmannvaruhuset

Stockmannvaruhuset har ett brett produktutbud med över 1,5 miljoner olika produkttitlar i sortimentet. Till exempel inom mode, kosmetik och hushållsprodukter kan man välja miljömärkta produkter samt produkter som tillverkats i ekologiska och återvunna material. FSC- och PEFC-certifierade trä- och pappersprodukter samt elektronik som uppfyller Energy Star-kraven finns även till försäljning.

I Stockmann Delikatess-matavdelningarna finns gott om ekologiska och rättvisemärkta livsmedel. Delikatessens sortiment omfattar nästan 1 400 ekologiska produkter. År 2012 uppnådde Stockmann Delikatessen en viktig milstolpe, då färskfiskdiskarna var de första i Finland att beviljas den internationella miljömärkningen för hållbart fångade fiskprodukter, certifikatet Marine Stewardship Council (MSC). MSC-produkterna som säljs i Stockmann Delikatessen är en del av ett mångsi-

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

BSCI-AUDITERINGAR 2010 (N=184)



■ 26 % Godkänt
■ 22 % Godkänns efter rättelser
■ 52 % Uppfyller inte kraven



digt fisksortiment. MSC-certifierad fisk är vild fisk som fångats utomlands på ett ansvarsfullt sätt, utan att riskera fiskbestånden, och vars ursprung kan spåras ända till fiskens fångstplats.

Modekedjorna

Lindex hade till försäljning sammanlagt 8,9 miljoner produkter som tillverkats i ekologisk bomull, återvunna fibrer eller Tencel-fiber under år 2012. Försäljningen av produkter tillverkade i ansvarsfulla

material ökade med ungefär 6 procent från föregående år. Lindex produkter som tillverkats av ansvarsfulla material har märkts ut tydligt i butikerna med en speciell etikett, och i nätbutiken har dessa produkter samlats på en egen produktsida. Dessa produkters andel uppgår till nästan 13 procent av Lindex sortiment. Modekedjornas material omfattar allt mer bomull från projektet Better Cotton Initiative (BCI). Vid odlingen av denna bomull fokuserar man på att minska miljöbelastningen och

öka hela gemenskapens välfärd. År 2012 sålde Lindex 80 000 produkter tillverkade i BCI-bomull.

Seppälä har ökat användningen av ekologiskt odlad bomull i sina produkter. År 2012 lanserades den nya Seppälä Baby-kollektionen, där ekologiska material gynnas. Seppäläs produkter märkta med beteckningen Organic Cotton är tillverkade i ekologisk bomull. Sortimentet med dessa produkter breddas under år 2013 och omfattar t-shirts för damer och herrar.



Delikatessavdelningarnas färskfiskdiskar fick som första i Finland ett MSC-certifikat.

Produktsäkerhet och egenkontroll

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 testar tillverkare och importörer, även Stockmann i fråga om sina egna märkesprodukter, varorna regelbundet. Produkttesterna säkerställer att produkterna uppfyller alla de krav på kvalitet och säkerhet som ställs av lagstiftningen eller Stockmanns 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 2012 gjordes en offentlig återkallelse för produkter i Stockmannvaruhusens egna märken.

Återkallelsen gällde en LED-bok som såldes i varuhuset i Helsingfors centrum under julsåsongen. Endast några kunder hade köpt den felaktiga produkten. De instruerades att sluta använda produkten och återlämna den till inköpstället. Stockmann kompenserade kunderna för den felaktiga produkten. Seppälä återkallade en läderhandske under år 2012. Produktfelet i fråga gällde kromhalten i en dekoration på handsken och produkterna drogs tillbaka från försäljning. Lindex hade inga återkallelser.

På Stockmannvaruhusens 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 2012 återkallades inga produkter som tillverkats i centralköket.



”Vi är nära klädproduktionen, vilket underlättar kontroll av produktion och fabriksförhållanden”, berättar Stockmannkoncernens direktör med ansvar för inköpskontoren Elisabeth Hedberg.

Proffs på inköp | NÄRAPÅ 20 ÅR

Elisabeth Hedberg började arbeta på Lindex som inköpare av barnkläder för nästan tjugo år sedan. Karriären, som började år 1994, omfattar en mängd olika befattningar. Hedberg har till exempel varit med om att starta Lindex verksamhet i Turkiet. Under sin karriär har hon ansvarat för flera olika uppgifter i anslutning till produkter och inköp. Som direktör med ansvar för Stockmannkoncernens inköpskontor, är Hedberg väl uppdaterad om Lindex verksamhetsländer och butiksnät, men håller daglig kontakt med inköpskontoren.

”Tack vare våra egna inköpskontor är vi nära klädproduktionen vilket underlättar kontroll av produktion och fabriksförhållanden. Genom att vara närvarande i den lokala verksamheten kan vi även lyssna på lokalbefolkningens önskemål och förväntningar gällande vårt samhällsansvar”, säger Hedberg och fortsätter: ”Vi säkerställer inte endast att fabriken uppfyller våra krav, utan vi vill även utveckla fabrikenas verksamhet”.

PLANET MILJÖANSVAR



Vid tillverkningen av egna modemärken fästs uppmärksamhet på miljövänlighet inom klädproduktionen. Lindex sålde 80 000 produkter tillverkade i BCI-bomull.

- Första plats i Consumer Discretionary-serien i Norden i enkäten Carbon Disclosure Project (CDP).
- Stockmannvaruhusen i Finland har använt ISO 14001-systemet under 10 år.
- Modekedjornas miljöpolitik beaktar rening av avloppsvatten, avfallshantering samt nivå på hantering av kemikalier och utsläpp inom leveranskedjan.

Stockmanns mål är att hantera de miljökonsekvenser som affärsverksamheten orsakar. Stockmann beaktar miljöfrågor vid planeringen och ledningen av verksamheten samt vid anskaffningen av produkter och tjänster för eget bruk. Verksamheten utvecklas kontinuerligt i en riktning som sparar energi och till exempel vid möblering, belysning och underhåll av butiker försöker man uppnå så miljövänliga lösningar som möjligt.

Miljöarbetet vid Stockmann baseras på samhällsansvarsstrategin och på miljöpolitiken som godkänts av styrelsen. Den operativa miljöledningen har organiserats som en del av det dagliga ledningsarbetet vid affärsenheterna.

Affärsenheterna, varuhusgruppen och modekedjorna, fastställer själva sina konkreta miljömål och indikatorer för uppföljning av utvecklingen samt ledningspraxis. Under år 2012 vidareutvecklades avfallshantering och energieffektivitet inom varuhusgruppen. Varuhusen i Finland uppnådde sitt mål gällande sorteringsgrad, 95 procent. Där-

över minskade totalmängden avfall med två procent jämfört med år 2011. Stockmanns varuhus i Finland är föregångare inom miljöfrågor och nästa mål är att expandera fungerande och effektiv miljöpraxis till varuhusen i de baltiska länderna. Modekedjorna fortsatte sina egna miljöprogram vilka fokuserar på förebyggande av skadeverkningar i anslutning till bomullsproduktion samt på minskning av miljöskador.

Ledning av miljöansvar

Alla Stockmannvaruhus i Finland utvecklar sin verksamhet för miljöns bästa i större utsträckning än vad som krävs i lagen. Varuhusen i Finland har använt ett certifierat ISO 14 001-miljösystem redan under tio års tid. ISO 14001-certifieringen täcker funktionerna i Stockmannvaruhusen i Finland och Akademiska Bokhandeln samt varuhusgruppens stödfunktioner. Över 80 procent av de anställda i koncernens finländska verksamheter omfattas av de certifierade funktionerna.

Periodiska utvärderingar i anslutning till ISO 14001-miljösystemet utförs regelbundet och under år 2012 utfördes interna revisioner av miljösystemet i alla varuhusen i Finland, lager, Outlet samt i butikerna på Helsingfors-Vanda flygplats. Externa revisioner stod i tur för varuhusen i Helsingfors, Jumbo, Åbo, Tammerfors och Uleåborg. Utöver detta fick centralköket ett ISO 14001-certifikat. Under året genomfördes sammanlagt 7 externa och 15 interna revisioner.

Stockmannvaruhusen i Finland satsar på energieffektivitet genom frivilliga åtgärder samt olika projekt och avtal. Till exempel deltog Stockmannvaruhusen i Helsingfors och Tammerfors i WWF:s globala Earth Hour-evenemang genom att släcka ljusen på fasaderna, skyltfönstren och vindfången under evenemanget. Därutöver anslöt sig varuhuset i Helsingfors centrum till Helsingfors stads Klimatpartner-arbete, genom vilket man förbinder sig att bland annat minska energiförbrukningen i enlighet med handelsbranschens energieffektivitetsavtal.

I modekedjorna-affärsenheten används inte certifierade miljöledningssystem. Lindex- och Seppälä-butikerna verkar i regel i hyrda lokaler i köpcenter, varvid miljöfrågor förutom enligt butikens energieffektiva koncept beaktas i enlighet med de möjligheter som fastigheten tillåter.

Stockmanns inköpskontor har under de flera års tid 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 nivå på hantering av kemikalier och utsläpp i anskaffning och produktion. Inköpskontorens personal utför miljögranskningar på fabrikerna och följer upp hur miljölagstiftningen och kraven som ställs i koncernens Supplier Code of Conduct iaktas. År 2012 deltog Lindex i tre projekt som höjer nivån på miljöskyddet i produktionsanläggningar i Kina och Bangladesh.

Lindex har sedan år 2008 medverkat i projektet Better Cotton Initiative (BCI), vars mål är att minska de negativa miljöeffekterna inom traditionell bomullsodling. Under de tre senaste åren har sammanlagt 2 000 jordbrukare utbildats i att producera bomull på ett mindre miljöbelastande sätt genom att använda mindre vatten, kemikalier och gödselmedel. Dessutom förbättras de anställdas arbetsförhållanden i projektet och man uppmuntrar odlare till samarbete och att dela med sig av fungerande praxis.

Bangladesh är ett av de viktigaste produktionsländerna för kläder som säljs under de egna varumärkena. Eftersom stora produktpartier tillverkas i Bangladesh, har modekedjorna förbundet sig till projektet Cleaner Production, vars mål är en effektivare och miljövänligare produktionsprocess. Genom projektet och i samarbete med olika aktö-

rer har man i flera fabriker kunnat minska användningen av vatten, kemikalier och energi samt minska fabrikenas produktionskostnader under åren 2011–2012. Samtidigt har även frågor i anslutning till de anställdas hälsa och arbets säkerhet förbättrats.

Centrala miljöeffekter under kontinuerlig uppföljning

De mest betydande miljöeffekterna från Stockmannkoncernens egen verksamhet uppkommer genom energiförbrukning, avfall och transporter. Miljöeffekterna följs upp noggrant i olika enheter och verksamhetsställen. På detta sätt kan man reagera snabbt på avvikelser i förbrukning eller avfall. Utöver detta ökas personalens miljömedvetenhet med hjälp av utbildningar och intern information.

Bolagets varuhus och butiker ligger i områden som planlagts som affärsfastigheter. Eftersom de kommersiella verksamheterna inte ligger på skyddade områden eller områden som är rika i fråga om mångformighet, har koncernen liten effekt på biodiversiteten. Under år 2012 inträffade varken några miljöskador eller miljöolyckor eller miljörelaterade förseelser.

Miljösynpunkter och miljöperspektiv beaktas även i koncernens stödfunktioner. Till exempel infördes elektroniska lönespecifikationer i alla enheter i Finland under år 2012. Vid interna internationella möten utnyttjar man video- och telefonkonferenser i stor utsträckning. Hänsyn tas till de utsläpp som orsakas av affärsresor och gynnas alternativ med låga utsläpp vid tjänsteresor. Till exempel försöker man använda tågtrafik vid resor mellan Helsingfors och S:t Petersburg. Under år

Ett drömjobb SOM FRÄMJAR ANSVARSFULLHET

Emilia Gädda ansvarar för miljöfrågor i varuhusen i Helsingfors centrum, Jumbo och Åbo samt i kontoret i Sockenbacka och varuhusgruppens lager. En viktig del av hennes arbete är att utbilda Stockmanns personal, revisioner samt att svara på kundrespons om miljöfrågor.

”Miljöfrågorna är alltid aktuella på avdelningarnas möten och i butikernas inforutor. Jag håller månatligen omfattande miljöutbildningar för nyanställda i Helsingfors varuhuset. Resultatet av mitt arbete syns hos kunden. Miljökunskap är en del av en sakkunnig service, säger Emilia Gädda.

Varuhusens miljövänlighet förbättras kontinuerligt

Stockmannvaruhusen i Finland arbetar målmedvetet för att främja miljöfrågor. ”Vi för en aktiv dialog med våra partner för att få veta om och införa bästa miljöpraxis. Vi följer även upp t.ex. avfallsmängder och statistik över avvikelser i realtid. Nya mål ställs årligen upp för kontinuerlig utveckling av verksamheten”, berättar Gädda.

Emilia Gädda började arbeta på Stockmann i februari 2008. Hon har arbetat med olika uppgifter, till exempel som timanställd och teamchef på

servicepunkten i Jumbo och som inköpsassistent i Sockenbacka. I sin nuvarande position som miljöexpert är hon i sitt drömyrke: ”Jag tror på hållbar utveckling. Mitt arbete är viktigt för både bolaget och samhället. Det bästa i mitt arbete är mångsidigheten, variationen och utmaningarna. Trevliga kollegor samt externa samarbetspartner inspirerar mig. Samarbetet ger kraft med hjälp av vilken även målen kan uppnås”.



”Miljökunskap är en del av sakkunnig service”, säger Stockmanns expert på miljöfrågor Emilia Gädda.

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2010–2012

	2012	2011	2010
DIREKT FÖRBRUKNING			
Lätt brännolja (l)	532	4 325	4 570
Naturgas (m ³)	1 352 649	1 505 546	638 200
INDIREKT FÖRBRUKNING			
Elektricitet (MWh)	171 585	169 900	151 223
Fjärrvärme och -kylning (MWh)	90 058	96 883	103 811
Vatten (m ³)	287 297	267 185	211 678

Lätt brännolja innehåller inte energi utnyttjat av fordon. Elektricitet täcker koncernens alla funktioner exklusive franchiseverksamheterna. Värme- och kylningsenergi täcker koncernens samtliga funktioner exklusive franchiseverksamheterna, samt Stockmann Beauty- och Seppälä-butikernas förbrukning. Vatten täcker varuhusgruppens alla funktioner (exklusive Stockmann Beauty-butikerna samt varuhuset Jumbo och Östra centrum), koncernadministrationen, Seppäläs huvudkontor och logistikcenter samt Lindex distributionscenter och en del av huvudkontorets funktioner. Förbrukningssiffrorna för elektricitet och vatten för år 2011 är korrigerade.

2012 fattades beslut om att koncernadministrationen gradvis ska flytta till nya lokaler från och med år 2014. Lokaler ska saneras och i lösningarna betonas energieffektivitet och hållbar utveckling.

Energiförbrukning

Koncernens energiförbrukning utgörs främst av el, värme och fjärrvärme. Energiförbrukningen förorsakas av belysning, ventilation, uppvärmning och nedkylning av butiks-, lager- och kontorslokaler och av apparater som används i dessa, bl.a. hissar och rulltrappor samt kylanordningar och IT-utrustning. Vid både varuhusgruppens och modekedjornas butiksändringar och nya butiks-koncept tar man allt mer hänsyn till miljöfrågor. Till exempel har modekedjan Lindex lyckats minska elförbrukningen per kvadratmeter butiksytta med cirka 8 procent under två års tid. Under år 2012 försökte man uppnå energibesparingar genom att optimera varuhusens ventilation och allmänna belysning. Till exempel förnyades belysningen i One Way-avdelningen i varuhuset i Helsingfors genom att byta ut den till LED-teknik. Med hjälp av erfarenheterna från projektet förnyades hela varu-

husgruppens belysningskoncept. LED-teknik kommer att införas på ett mer omfattande sätt i hela kedjan i samband med kommande sanerings- och utbyggnadsprojekt. I köpcentret i S:t Petersburg infördes ett uppföljningssystem för energiförbrukning med alarm. Med hjälp av rapporterna kunde energieffektiviteten förbättras betydligt. Utifrån goda erfarenheter från användningen beslöts under år 2012 att även de övriga varuhusen i Ryssland ska anslutas till rapportssystemet.

Vattenförbrukning

Största delen av koncernens statistikförda vattenkonsumtion konsumeras i varuhusens restaurang-, köks- och sanitetslokaler.

Verksamhetsställena för affärsenheternas och koncernens stödfunktioner använder vatten från lokala vattenverk. 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. Avloppsvattnet som uppkommer i verksamheten styrs till det kommunala avlopps-

tet. Stockmann har inga utsläpp i vattendrag och vatten varken återvinns eller återanvänds i verksamheten.

Avfallshantering och återvinning

Avfall som uppkommer genom affärsenheternas verksamhet består främst av förpackningsavfall, som papp och plast. I varuhusgruppen uppkommer också bioavfall från centralköket, Delikatess-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. Under år 2013 kommer insamlingen av metall och glas att öka i varuhuset i Finland och utreds möjligheterna till att öka insamlingen av plastfilm och krympplast.

Nästan 95 procent av avfallet från varuhusgruppens verksamhet i Finland kunde utnyttjas genom antingen återvinning eller som energi. Av avfallet i Lindex och Seppäläs huvudkontor och logistikcen-

STOCKMANNNS AVFALLSMÄNGDER 2010–2012 (ton)

	Varuhusgruppen, Finland			Varuhusgruppen, utlandet			Lindex			Seppälä			Totalt		
	2012	2011	2010	2012	2011	2010	2012	2011	2010	2012	2011	2010	2012	2011	2010
ÅTERVINNBART AVFALL															
Kartong och papper	2 201	2 242	1 741	536	300	262	3 181	1 166	1 144	277	309	378	6 195	4 017	3 525
Energiavfall	1 344	1 227	1 052	102	ej mätt	ej mätt	21	28	24	17,2	19,7	16	1 483	1 274	1 092
Bioavfall	2 310	2 433	2 132	256	354	386	2	1	ej mätt	5,1	5,1	9	2 573	2 794	2 527
Övrigt (plastfilm, metall, glas)	131	81	88	21,9	26,3	6	103,5	83,4	3	4	7	7	260	198	104
BLANDAVALFALL	334	484	587	7 104	6 115	6 113	0	4	6	5,3	6,9	16	7 444	6 610	6 722
PROBLEMAVALFALL	10	7	14	4,9	ej mätt	ej mätt	0,5	ej mätt	ej mätt	0,2	0,4	0	16	7	14
TOTALT	6 330	6 474	5 614	8 021	6 796	6 767	3 307	1 282	1 177	308	348	425	17 972	14 899	13 984
ÅTERVINNING, %	95	93	89	11	10	10	100	100	100	98	98	96	59	56	52

Behandlingsmetoderna är definierade av avfallsbolagen. Siffrorna för varuhusgruppen i Finland täcker alla funktioner. Siffrorna för varuhusgruppens övriga länder täcker i tillämpliga delar varuhusen i Baltikum och Ryssland samt logistikcentren. Lindex siffror täcker logistikcentret och en del av huvudkontorets funktioner. Seppäläs siffror täcker huvudkontoret och logistikcentret.



traler återvanns 99 procent, vilket motsvarade nivån för år 2011. Återvinningsgraderna för avfall i varuhusgruppens verksamheter i utlandet var betydligt lägre än i Finland på grund av olika återvinningssystem och små återvinningsmöjligheter.

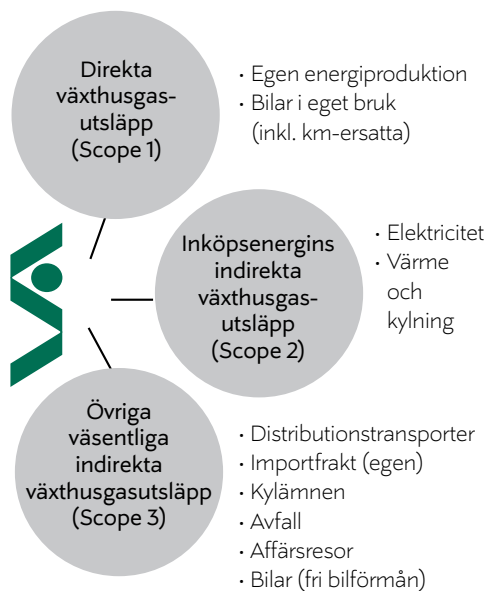
I varuhusens och modekedjornas verksamhet har fästs uppmärksamhet vid att minska alla typer av avfall. Varuhusen donerar brödprodukter till sina partner med iakttagande av produktsäkerhet och lagstiftning. Dessutom har varuhusen i Finland inlett ett samarbete med några partner för att återanvända utgående produkter, överflödigt material och gamla arbetskläder samt kontorsmöbler. Under år 2012 erbjöd Seppälä för sin del en modestuderande möjlighet att producera en egen kollektion av Seppäläs modellexemplar.

I sin roll som importör av produkter har Stockmanns affärsenheter ett producentansvar, dvs. bolaget är skyldigt att sörja för avfallshanteringen och återvinningen av vissa av sina produkter och deras förpackningsmaterial. Konsumenterna kan avgiftsfritt returnera förbrukade produkter till insamlingsställen som upprätthålls av dessa producentsammanslutningar. Bärbara batterier samt el- och elektronikapparater från privathushåll, lysrör och energisparlampor kan avgiftsfritt returneras till Stockmanns varuhus.

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. Uppmärksamhet fästs vid effektiva och miljövänliga varuflöden. Till exempel år 2012 minskade Seppäläs flygfrakter med tio procent jämfört med året innan.



Stockmanns koldioxidfotavtryck

Stockmann rapporterade år 2010 för första gången mer omfattande om sina koldioxidutsläpp. År 2012 utvecklades beräkningen av koldioxidfotavtrycket genom att inkludera varuhusgruppens funktioner i Baltikum och Ryssland i beräkningen. Rapporteringen omfattar nu Seppäläs verksamhet i Finland samt varuhusgruppens och Lindex funktioner i alla verksamhetsländer.

På grund av att nya funktioner inkluderades i rapporteringen, fördubblades Stockmanns rapporterade totalutsläpp jämfört med året innan. Särskilt fatktumet att Baltikum och Ryssland togs med i beräkningen, ökade inköpsenergin och totalutsläppen betydligt. De största utsläppen uppkom vid produktionen av köpt energi, speciellt el. Utsläppen från importfrakten var mest betydande bland de övriga utsläppen.

Rapporteringen av växthusgasutsläpp fungerar

som ett ledningsverktyg och skapar en grund för definitionen av objekt där utsläpp ska minskas och för måluppställningen för utsläppsminskningar. Avsikten är att utveckla rapporteringen så att den i framtiden omfattar alla utsläppsobjekt i samtliga verksamhetsländer. Beräkningen av Stockmanns koldioxidfotavtryck utfördes av en utomstående part och gjordes enligt de internationella Greenhouse Gas (GHG) Protocol-rapporteringprinciperna. Stockmann rapporterar också sitt koldioxidfotavtryck årligen i den internationella CDP-enkäten.

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2012 (tCO₂e)

	2012
Direkta utsläpp (Scope 1)	
Fordon och egen energiproduktion	742
Inköpsenergins indirekta utsläpp (Scope 2)	
Elektricitet	50 748
Värme och kylning	22 011
Övriga väsentliga indirekta utsläpp (Scope 3)	
Distributionstransporter*	3 393
Importfrakt	14 969
Kylämnen	3 391
Affärsresor**	1 536
Avfall***	1 350
Totalt	98 139

Varuhusgruppens funktioner i Baltikum och Ryssland togs med i beräkningen år 2012. Siffrorna är inte jämförbara med tidigare år.

* Interna transporter och kundleveranser (minskade med undvikna utsläpp).

** Flyg, tåg och bussresor samt bilar med fri bilförmån.

*** Endast varuhusgruppens funktioner i Finland och Baltikum.

PROFIT

EKONOMISKT ANSVAR



- Omsättningen ökade med 5,5 procent och rörelsevinsten ökade med 17 miljoner euro.
- För första gången var omsättningen större utomlands än i Finland.
- Obligationslånet utvidgade finansieringskällor och inbringade nya investerare.
- Under 150-årsjubileet ökade antalet stamkunder i varuhuset med ca 350 000.
- Lindex startade lanseringen av det nya stamkundsprogrammet "More at Lindex" i Norge.
- Seppäläklubbens medlemsantal översteg en miljon.

Kärnan i Stockmanns strategi är lönsam tillväxt. Konkurrenskraft och ett positivt ekonomiskt resultat gör det möjligt att svara på investerarnas avkastningsförväntningar samt att satsa på utveckling av personalen och samhället. Samhälleligt ansvarsfull verksamhet skapar i sin tur en stark grund för bolagets effektivitet och ekonomiska tillväxt samt stärker Stockmanns företagsimage. Målet är att Stockmann ska vara känt som ett ansvarsfullt och öppet bolag bland investerare.

150-årigt 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 Värdepappersmarknadsföringen

rf:s finska kod för bolagsstyrning (Corporate Governance) i sin helhet.

Stockmann hade nästan 60 000 aktieägare vid utgången av år 2012. Tillökningen av antalet aktieägare bidrog främst över 5 000 stamkunders aktieteckningar med stamkundsoptioner. Ett nytt optionsprogram för stamkunder inleddes i enlighet med bolagsstämmans beslut.

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. I bolagsstämman år 2012 deltog 967 aktieägare.

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 koncernens ledningsgrupp. Närmare information om förvaltnings sättet i Stockmann ges i årsberättelsen och på koncernens webbplats, i stycket över förvaltnings- och styrningsprinciper (Corporate Governance Statement).

Stockmanns ekonomiska rapportering har uppgjorts enligt internationell bokslutsstandard (IFRS)

med iakttagande av den finska bokförings- och gemenskapslagstiftningen som kompletterar IFRS-bestämmelserna. Koncernens ekonomidirektör och ekonomiavdelning ansvarar för förverkligandet av koncernens ekonomiska rapportering. Revisorer valda av bolagsstämman granskar bolagets bokföring, bokslut och administration. Den interna revisionen undersöker och utvärderar effektiviteten och riskhanteringen i affärsverksamheten och den interna kontrollen. Den interna revisionen fungerar som en separat enhet under verkställande direktören och rapporterar sina observationer till styrelsen.

Bolagets informationsgivningspolicy syftar till att säkerställa att samtliga aktörer på marknaden samtidigt och utan dröjsmål har tillgång till tillräcklig och korrekt information om Stockmann, som grund för aktiens prisbildning. All investerarinformation publiceras på webbplatsen stockmanngroup.com på finska, svenska och engelska. Ekonomisk information offentliggörs om moderbolaget och koncernen som helhet samt dess affärsenheter.

Stockmanns styrelse har fastställt som mål att över hälften av vinsten från den ordinarie affärsverksamheten ska betalas i dividend. År 2012 utbetalades en dividend på 0,50 euro per aktie för resultatet år 2011, dvs. totalt 35,9 miljoner euro. Under våren 2013 beslöt den ordinarie bolagsstämman att betala ut 43,2 miljoner, dvs. 0,60 euro per aktie i dividend för år 2012, vilket var mer än 80 procent av resultatet per aktie.

Omsättningen och rörelsevinsten ökade

År 2012 skapade den europeiska skuldskrisen osäkerhet i konsumentbeteendet och påverkade den nordiska marknadens tillväxtpotentialer. Den ryska marknadens utvecklades positivt år 2012 och Stockmannkoncernen uppnådde ett positivt rörelseresultat i Ryssland för första gången efter att den ekonomiska krisen började år 2008. Den positiva utvecklingen fortsatte även i alla enheters verksamhet i Baltikum. I Finland blev detaljhandels tillväxt långsammare under den senare hälften av år 2012 och resultatet för Stockmanns verksamhet i Finland minskade. Även om år 2012 var utmanande, ökade Stockmannkoncernens rörelsevinst med 17 miljoner euro och uppgick till 87,3 miljoner euro år 2012.

Stockmannkoncernens omsättning ökade med 5,5 procent år 2012. Bolagets internationalisering uppnådde en viktig milstolpe då omsättningen för första gången i Stockmanns 150-åriga historia var större utomlands än i Finland. Denna trend förväntas fortsätta även i framtiden.

Inom varuhusgruppen ökade särskilt omsätt-

ningen för varuhusen i Ryssland betydligt. Bland modekedjorna ökade Lindex sin marknadsandel i nästan alla verksamhetsländer, medan år 2012 var utmanande för Seppälä. Modekedjorna Seppälä och Lindex skapade under sommaren en ny gemensam affärsenhet. Syftet med förändringen är att tillsammans uppnå en allt effektivare verksamhet på den internationella marknaden. Som stöd för modekedjornas framgång och för att öka Seppäläs konkur-

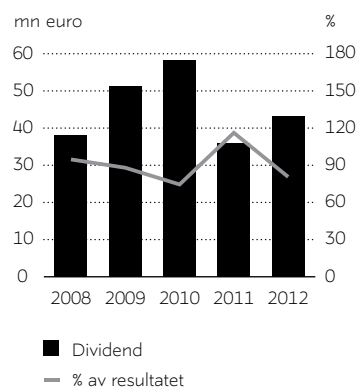
renskraft och lönsamhet startade Seppälä även en övergripande varumärkesreform år 2012.

I och med den förlängda allmänna ekonomiska osäkerheten beslutade Stockmannkoncernens styrelse på sommaren 2012 att avstå från tidtabellen för de långsiktiga ekonomiska målen. Målen bibehölls oförändrade. Stockmanns mål är en effektiv kapitalstruktur som säkerställer koncernens verksamhetsförutsättningar, oavsett branschens kon-

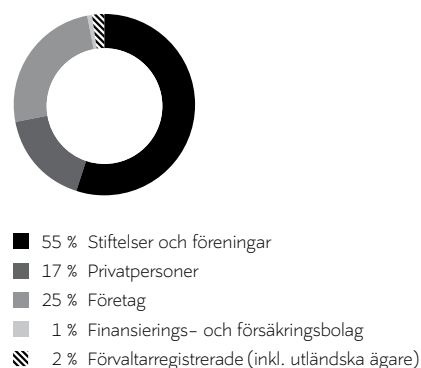
DE STÖRSTA AKTIEÄGARNA 31.12.2012

	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. Stiftelsen för Åbo Akademi	4,3	6,7
6. Etolabolagen	4,2	6,1
7. Ömsesidiga arbetspensionsförsäkringsbolaget Varma	3,1	0,7
8. Samfundet Folkhälsan i svenska Finland r.f.	2,2	2,7
9. Jenny ja Antti Wihuris Fond	1,9	2,1
10. Inez och Julius Polins Fond	1,5	0,8

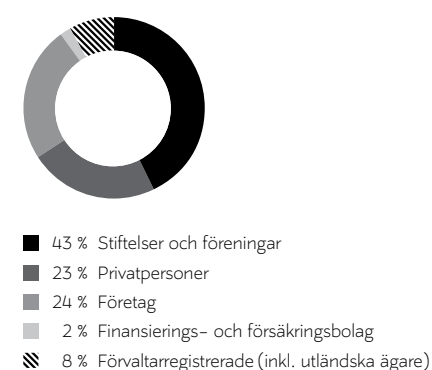
DIVIDEND FÖR RÄKENSKAPSPERIODERNA 2008–2012



FÖRDELNING AV AKTIER ENLIGT RÖSTER 2012



FÖRDELNING AV AKTIER ENLIGT AKTIEMÄNGD 2012



59 283
AKTIEÄGARE
31.12.2012.

junkturkänslighet. År 2012 utvidgade Stockmann sina finansieringskällor genom att emittera ett obligationslån. I och med detta fick Stockmann även nya institutionella investerare.

Över sju miljoner stamkunder

Stockmannkoncernens affärsenheter har fyra stamkundsprogram: i varuhusgruppen Stockmann- och Hobby Hall-stamkundsprogrammen och i modekedjorna Seppäläklubben och nya More at Lindex, som lanserades i slutet av året. Programmen omfattar sammanlagt över 7 miljoner kunder, med vilka hålls regelbunden kontakt och erbjuds prisvärda förmåner. Stockmannvaruhuset satsade år 2012 kraftfullt på anskaffningen av stamkunder genom att erbjuda gratis stamkundsmedlemskap, 150-årsjubileet till ära. Antalet stamkunder ökade med 20 procent och antalet nya stamkunder under året uppgick till cirka 350 000. Även Seppäläklubben ökade antalet stamkunder på ett framgångsrikt sätt och klubbens medlemsantal översteg en miljon i slutet av året.

Alla stamkundsprogram har sina egna kundregister 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 2012 kontaktade några kunder Stockmann gällande hanteringen av personuppgifter. Dessa fall behandlades och ledde inte till vidare åtgärder. Inga klagomål eller anmärkningar om stamkundsprogrammen av officiella instanser erhöles. Stamkundsprogrammets registerbeskrivningar finns på respektive enhets webbplats.

Kundtillfredsställelse i nyckelposition

Stockmannvaruhuset är kända för sin kundinriktade service. Man blir inte ett proffs på utmärkt kundservice av en slump, utan regelbundna utbildningar av personalen startar redan i början av karriären med en grundlig introduktion. Kundinriktning styr starkt bolagets verksamhet och man satsar kraftfullt på en förstklassig service som överträffar förväntningarna.

Affärsenheterna utvecklar sin verksamhet utifrån kundenkårsresultat 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 styrningen av personalen, vid utvecklingen av chefsarbete, belöning och engagemang samt planering av utbildningar.

Kundtillfredsställelse samt kännedom om de egna varumärkena och de olika enheterna mäts regelbundet. Metoderna för detta är bland annat webbenkä-

ter och intervjuer samt s.k. mystery shoppers i varuhusgruppen. Utvecklingen av kundtillfredsställelse följs upp aktivt i förhållande till konkurrenssituationen och den allmänna marknadsutvecklingen inom detaljhandeln.

Affärsenheterna i Stockmannkoncernen använder egna varumärkesspecifika kanaler för kundrespons. Principen för att svara på kundrespons är densamma i alla enheter: alla kunder som önskat får svar. Vid sidan av traditionella responskanaler ökade användningen av olika tjänster i sociala medier för respons i alla enheter år 2012.

Stamkunderna

är affärsenheternas trogna och långvariga kunder.

Inom **varuhusgruppen** kommer

70 %

av försäljningen från stamkunderna.





Unga uppskattar Stockmann som arbetsplats. På bilden praktikanten Martti Kähkönen i varuhuset i Helsingfors centrum.

Priser erhållna under år 2012

Intressentgrupperna värdesätter Stockmann. Under år 2012 fick Stockmann erkännande i klimatrappor- tering och Stockmann värderades som en av de bästa i kundbetjänings-, anseende- och arbetsgivar- undersökningar.

Klimatrapporeringen till en ny nivå

Stockmannkoncernen nådde första plats i Nordic Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI) kategorin Consumer Discretionary. I utredningen fick Stockmanns klimatrapporering det högsta poängantalet, 87/100, i sin kategori. Stockmann förbättrade sitt resultat med 26 poäng jämfört med föregående år. I utredningen listas företagets verksamhet gällande hantering av klimatförändringen på nivåerna A–E.

Bolagets verksamhet värderades vara på B-nivå, den näst bästa klassificeringen. Stockmannkoncernen avancerade med tre nivåer i verksamhetsklasserna jämfört med år 2011.

En populär och uppskattad arbetsplats

Stockmann uppnådde fjärde plats i konsult- och undersökningsföretaget Universums undersökning om Finlands populäraste arbetsplatser bland handelsstuderanden.

Stockmann värderades ha det näst bästa ryktet inom handelsbranschen i den av TNS Gallup genomförda undersökningen Företagens rykte och ansvar år 2012. 57 företag i sex olika branscher utvärderades. I undersökningen intervjuades 22 000 finländare som utvärderade bland annat

företagens allmänna offentliga bild, kvaliteten på produkter och tjänster, ekonomiska framgång och ansvar.

Finlands bästa kundservice

Finländska kunder utsåg Hobby Hall till landets bästa contact center år 2012. Hobby Hall lyckades öka kundernas servicetillfredsställelse med 18 procent från föregående år. Valen baseras på resultaten från en kundenkät som skickats via SN4Mobile och hela undersökningsmaterialet omfattar responsen från över 50 000 finländska kunder.



SAMHÄLLSANSVARETS RAPPORTERINGSPRINCIPER



Denna rapport redogör för tyngdpunkter och resultat för Stockmannkoncernens samhällsansvarssarbete. Rapporten är riktad till bolagets centralaste intressentgrupper (s. 8) och den sammanfattar uppgifter för räkenskapsperioden 1.1–31.12.2012. Den förra rapporten som täckte räkenskapsperioden 2011 utgavs i april 2012.

CSR-rapporten 2012 täcker Stockmannkoncernens alla egna verksamheter: två affärsenheter (varuhusgruppen och modekedjorna) i 10 verksamhetsländer, koncernadministrationens funktioner i Finland och inköpskontoren i fem länder i Asien. Rapporten täcker inte Lindex franchisebutiker, drivna av fyra samarbetspartner i sex länder.

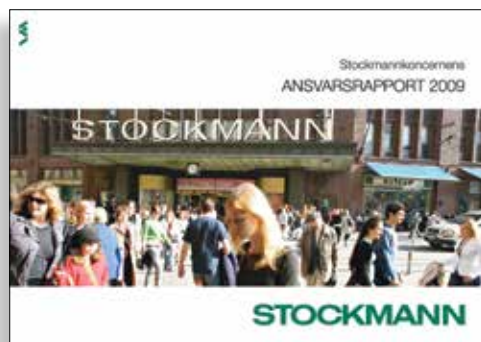
En del av nyckeltalen gällande miljön och personalen rapporteras endast för Finlands del, vars andel av omsättningen var 50 procent och 47 procent av personalen år 2012. Avvikande begränsningar samt mättnings- och beräkningsprinciper har angetts i samband med respektive nyckeltal. Målet är att så småningom göra rapporteringen mer heltäckande gällande dessa nyckeltal.

Som rapportens referensram har använts Global Reporting Initiative (GRI) G3-rapporteringsdirektivet, och på sidan 27 presenteras en innehållsjämförelse med GRI-rekommendationen samt ett index över GRI-indikatorerna. Rapporten iakttar GRI-beräkningsprinciperna till tillämpliga delar.

Koncernens ekonomiska nyckeltal har utarbetats i enlighet med IFRS-standarder. Om Stockmanns ekonomiska ansvar, ägarstruktur, administration och riskhantering berättas även i årsberättelsen för år 2012 och på koncernens webbplats stockmanngroup.com. Av koncernens affärsenheter publicerar Lindex utförligare uppgifter om sitt samhällsansvar på sin hemsida lindex.com/csr.

Enligt Stockmanns egen bedömning uppfyller denna rapport till sin omfattning kraven på GRI-direktivets C-nivå. Rapporten har inte granskats av utomstående part.

Stockmann publicerar årligen en CSR-rapport för hela koncernen som finns tillgänglig på adressen stockmanngroup.com.



GRI-INNEHÅLLSJÄMFÖRELSE

	GRI-innehåll	Inkluderas	Sidnummer och ytterligare information
Strategi och analys	1.1. Verkställande direktörens översikt	●	4
Organisationsprofil	2.1–2.9	●	2–3, ÅB, WWW.
	2.10	●	25
Rapporteringsprinciper	3.1–3.4	●	26. Baksidan: kontaktuppgifter.
	3.5	●	Definierandet av väsentligheten baserar sig huvudsakligen på koncernens inre faktorer.
	3.6, 3.7, 3.10, 3.11	●	26. Möjliga förändringar och speciella begränsningar har redogjorts vid texten eller tabellen vid ifrågavarande nyckeltal.
	3.8	●	Uthyrda affärlokaler i köpcentret Nevsky Centre ingår inte i rapporteringen.
Styrning, åtaganden och engagemang	3.12	●	27
	4.1–4.4, 4.14	●	22, ÅB: Utredning om förvaltnings- och styrsystemet.
	4.15	●	8–9
Nyckeltal gällande socialt ansvar	LA1*, LA11, LA13*	●	10–13
	LA2*, LA3, LA4*, LA6, LA7*, LA8*	●	10–13
	HR2*, HR6*, HR7*	●	Inkluderat i BSCI-auditeringar och egna granskningar.
Nyckeltal gällande produktansvar	PR5	●	24
	PR2, PR8	●	17, 24
Nyckeltal gällande miljöansvar	EN3*, EN4*, EN8*, EN10, EN11*, EN16*, EN17*, EN21*, EN22*, EN23*, EN25, EN28*, EN29	●	18–21, EN23 och EN28: Fanns inte, EN29: CO ₂ -utsläpp redogjorda i samband med EN17
	EN1*, EN5, EN7, EN12, EN26*	●	18–21, EN26: 15, EN1: Rapporterad mängd förpackningsmaterial som förts på marknaden.
Nyckeltal gällande ekonomiskt ansvar	EC1*, EC4*, EC7*, SO7	●	EC1: 9 (begränsningsprinciperna förändrade), EC7: 11–12, EC4: Stockmannkoncernen har inte erhållit ekonomiskt stöd av staten under år 2012. SO7: Inga rätthandlingar eller böter år 2012.
	EC2*	●	7. Den helhetsekonomiska inverkan av klimatförändringens risker och deras möjligheter på bolagets affärsverksamhet har inte uppskattats.

- Rapporterad ●
 Rapporterad delvis ●
 ÅB Årsberättelse 2012
 WWW Stockmanngroup.com
 * GRI core indicator

VI ERBJUDER
ANSVARSFULLA
shoppingupplevelser.



Kontaktuppgifter

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

www.stockmangroup.com/sv/csr

Frågor och respons beträffande
rapporten och samhällsansvar:
csr@stockmann.com