



CSR-RAPPORT 2010



STOCKMANN

Vår verksamhet är etiskt hållbar, rättvis och beaktar miljövärden.

INNEHÅLL

- 3 Verkställande direktörens översikt
- 4 Strategin för samhällsansvar
- 5 Stockmanns intressentgrupper
- 5 Rapporteringsprinciper
- 6 Stockmannkoncernen i korthet

People

- 8 Ansvar för personalen
- 12 Ansvarsfull importhandel
- 15 Ansvarsfulla produkter

Planet

- 16 Miljöansvar

Profit

- 20 Ekonomiskt ansvar
- 23 GRI-innehållsjämförelse
- 25 Kontaktuppgifter

Verkställande direktörens översikt

Ansvar är ett av Stockmannkoncernens sex grundvärden, och samhällsansvar är en del av Stockmanns långsiktiga verksamhet. Denna rapport presenterar några av de viktigaste händelserna i vår verksamhet, i linje med vårt samhällsansvar under år 2010. Vårt CSR-arbete stöder de kommersiella målen för vår affärsverksamhet och främjar en förbättring av vår operativa effektivitet.

TRADITIONER SEDAN ÅR 1862

Stockmann har under sin nästan 150-åriga historia visat sitt samhällsansvar på flera olika sätt. Beaktande av kundernas föränderliga behov och utveckling av personalens kunskaper har varit centrala faktorer för bolagets framgång under årens lopp. De resultat vi framgångsrikt uppnått har möjliggjort att aktieägarnas investeringar varit lönsamma, kunderna har erbjudits ett brett produktsortiment och utomordentlig service, personalen en uppskattad arbetsplats, varu- och tjänsteleverantörer ett lönsamt partnerskap samt ökat välbefinnande i hela samhället.

I dag är Stockmann ett internationellt företag inom detaljhandeln med varuhus och modebutiker i 14 länder i Europa, Ryssland och även i Mellanöstern. Inom alla marknadsområden handlar vi enligt samma spelregler: med efterlevnad av lagstiftning och i enlighet med våra grundvärderingar. Vi strävar efter lönsamhet och tillväxt eftersom goda resultat också möjliggör en förverkling av det sociala ansvaret och miljöansvaret.

ETT HISTORISKT INVESTERINGSÅR

Stockmannkoncernen har som helhet gjort ett bra år 2010. Vi reste oss ur en djup ekonomisk svacka som hade försvagat konsumtionsefterfrågan från och med hösten 2008. I början av år 2010 vände Stockmanns omsättning uppåt vilket accelererade mot årets slut. Vår omsättning uppgick under år 2010 till 1 822 miljoner euro. Tillväxten fick fart tack vare de vid slutet av året färdigställda utvidgnings- och

förnyelseprojektet vid Helsingforsvaruhuset och S:t Petersburgs köpcenter Nevsky Centre. Den internationella expansionen av Lindex och Seppälä fortlöpte planenligt.

I och med nya butiker och varuhus anställde vi över tusen nya personer till koncernen. Den ökade försäljningen och våra historiskt betydelsefulla investeringar ökade våra inköp från olika leverantörer till över en miljard euro.

Koncernens totala omsättning förbättrades framför allt tack vare de förbättrade resultaten i Ryssland och Baltikum. Räkenskapsperiodens vinst ökade med 24,5 miljoner euro till 78,3 miljoner euro. Aktieägarna fick dividender till ett värde av 58,3 miljoner euro dvs. nästan 75 procent av räkenskapsperiodens resultat.

ANSVARARBETE FÖR KUNDENS BÄSTA

En av de centrala prestationerna för vår ansvarsverksamhet under år 2010 var att strategin för hela koncernens samhällsansvar fastställdes. Strategin utkristalliseras i en vision om ansvarsfulla köpupplevelser i linje med Stockmanns samhällsansvar. Kundinriktning utgör grunden i vårt ansvarsarbete, och vi vill erbjuda våra kunder köpupplevelser där ansvarsfullheten beaktats ur flera synvinklar. Faktorer som ingår i vårt ansvarstagande är till exempel en trygg inköpsmiljö, ansvarsfullt tillverkade produkter, kunnig kundbetjäning samt flera för kunden osynliga faktorer, som välplanerade varutransporter och energieffektiva lokaler.

Även om strategin om samhällsansvar är ny för koncernen, har många av våra gärningar redan utgått från hållbar utveckling under en lång tid. Miljösystemen för våra varuhus byggdes upp och certifierades för första gången redan för nästan 10 år sedan. Vi har sedan år 2005 varit medlemmar av Business Social Compliance Initiative (BSCI)-systemet som är samarbetsorganet för varuleverantörers sociala ansvarstagande.

Ansvarsfullhet ingår i Stockmanns långsiktiga verksamhet, och vi kommer att göra insatser även i fortsättningen.



Detta bekräftades av oss under januari 2011 när vi undertecknade FN:s förbindelse Global Compact. Dess tio principer, som handlar om mänskliga rättigheter, arbetsliv, miljö och motverkan av korruption, ligger i linje med vår affärsverksamhet och koncernens värden.

Min förhoppning är att vårt ansvarsfulla agerande är synligt för våra kunder i alla Stockmanns affärsenheter.

Hannu Penttilä
verkställande direktör

Strategin för samhällsansvar: för en hållbar framtid

Ansvar är en central och erkänd del av Stockmanns affärsverksamhet, det stöder affärsverksamhetens mål och främjar effektiviteten. Ansvar hör till det dagliga arbetet och beslutsfattandet för varje anställd i Stockmann-koncernen.

År 2010 skapades strategin för samhällsansvar för Stockmannkoncernen. I strategin definieras målen för arbetet för samhällsansvar och den genomförs i alla affärsenheter. Strategin godkändes i koncernens ledningsgrupp i

januari 2011. I samma sammanhang beslöt Stockmann att ansluta sig till FN:s Global Compact-initiativ. De tio principerna i Global Compact bildar grunden för arbetet för samhällsansvar i Stockmann.

MÅLEN FÖR SAMHÄLLSANSVAR

Målen i strategin för samhällsansvar i Stockmann uppdelas i tre klasser: People (socialt ansvar), Planet (miljöansvar) och Profit (ekonomiskt ansvar).



Visionen för samhällsansvar:

Vi erbjuder våra kunder ansvarsfulla köpupplevelser.

Vi har förbundit oss att arbeta för en hållbar framtid.

Tyngdpunkten för målen i den sociala delen av samhällsansvaret ligger speciellt hos de egna anställda och att utbilda dem i frågor om ansvarsfullhet. Även betydelsen av ansvarsfullhet i hela leveranskedjan och produkttillverkning samt produktsäkerhet understryks.

I målen för miljöansvar eftersträvas en minskning av miljöpåverkan i verksamheten samt att göra långsiktiga anskaffningar, där man beaktar livslängd och effektivitet. I varuhuset och butikerna kan kunderna välja ansvarsfulla produkter ur ett brett produktsortiment.

För att främja de ekonomiska målen stöder ansvarsarbetet i Stockmann affärsverksamhetens mål och stärker företagsimagen. Vägörande ändamål kan stödas genom donationer till utvalda allmännyttiga föreningar eller som en del av kommersiella kampanjer. Investerare känner Stockmann som ett ansvarsfullt och öppet företag.

En styrgrupp för CSR-arbetet, där alla affärsenheter är representerade, ansvarar för förverkligandet av samhällsansvaret och utvecklingsarbetet som hänför sig till det. Ärenden och förslag som behandlas i styrgruppen förbereds av arbetsgruppen för samhällsansvar i koncernen. Man sätter mål för att minska på miljöpåverkan, verksamheten mäts, och resultaten av ansvarsarbetet rapporteras regelbundet och öppet till olika intressentgrupper.

Stockmanns intressentgrupper

Stockmanns ansvar sträcker sig förutom den egna affärsverksamhet till hela leverantörskedjan. Stockmanns centrala intressentgrupper identifierades och valdes ut i samband med att strategin för samhällsansvaret utarbetades. Stockmann värdesätter sina intressentgrupper, och bolagets kommunikation grundar sig på en aktiv dialog med intressentgrupperna.

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

Vi värdesätter vår personal och deras engagemang i vårt bolag. Vi vill belöna framgångar och vara en eftertraktad arbetsgivare på arbetsmarknaden. Stockmann är en bra arbetsplats och vi strävar ständigt efter att utveckla arbetsmiljön.

AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE

Stockmann vill vara ett intressant och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden. Vi har ett starkt varumärke, vi agerar ansvarsfullt och vår affärsverksamhet styrs av tydligt fastställda mål.

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. Mervärdet bedöms alltid ur kundens perspektiv.

MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER

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

Rapporteringsprinciper

Stockmann publicerar årligen en samhällsansvarsrapport för hela koncernen på sina internetsidor www.stockmanngroup.fi. Denna rapport täcker räkenskapsperioden 1.1–31.12. 2010. Den förra årsvarsrapporten som täckte räkenskapsperioden 2009 utgavs under maj 2010. Koncernens affärsenhet Lindex publicerar också sin egen CSR-rapport som finns att tillgå på adressen www.lindex.com.

Det går också att läsa mer om Stockmanns ekonomiska ansvar, ägarstruktur, förvaltning och riskhantering i årsberättelsen för år 2010 och på koncernens internetsidor.

Denna rapport täcker Stockmannkoncernens alla egna verksamheter: tre affärsenheter och deras egna butiker, koncernförvaltningens funktioner i Finland och inköpskontoren i fem länder i Asien. Rapporten täcker inte Lindex franchisebutiker i Mellanöstern och Bosnien-Hercegovina. En del av personalen och nyckeltalen gällande miljön rapporteras endast för Finlands del, vars andel var 54 procent av omsättningen och 46 procent av personalen år 2010. Avvikande begränsningar samt mättnings- och beräkningsprinciperna har angetts i samband med respektive nyckeltal. Målet är att så småningom göra rapporteringen mer heltäckande vad gäller dessa nyckeltal.

Rapportens referensram har varit Global Reporting Initiative (GRI) G3-rapporteringsdirektivet, och på sidorna 23–25 presenteras en innehållsjämförelse 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.

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



Stockmannkoncernen i korthet

Stockmann är ett finländskt börsbolag inom detaljhandeln, grundat år 1862. Stockmanns tre affärsenheter är varuhusgruppen som inkluderar varuhus, butiker och distanshandel samt modeaffärskedjorna Lindex och Seppälä.

Koncernens enheter har verksamhet i 14 länder. Huvudkontoret ligger i Helsingfors. Koncernens omsättning uppgick till 1 822 miljoner euro år 2010. Antalet anställda är över 16 000. Stockmanns aktie noteras på NASDAQ OMX Helsingfors och bolaget har ca 45 000 aktieägare.

År 2010 vann Stockmann serien för internationellt expanderande företag i tävlingen "Bästa företaget i Finland" organiserad av tidningen Suomen Kuvalehti.

VARUHUSGRUPPEN

Stockmanns 16 varuhus erbjuder ett exceptionellt brett och högklassigt produktsortiment, ett konkurrenskraftigt förhållande mellan pris och kvalitet samt sakkunnig och utomordentligt kundservice i en unik och internationell miljö.

Hobby Hall, som är integrerad i varuhusgruppen, är Finlands ledande distanshandel. Hobby Halls postorder och näthandel erbjuder ett enkelt, pålitligt och angenämt alternativ att köpa kvalitetsprodukter till förmånliga priser. Dessutom har varuhusgruppen Akademiska Bokhandlar, Stockmann Beauty-kosmetikbutiker, Stockmann och Akademiska Bokhandeln-nätbutiker samt Zara-franchisebutiker i Finland och Bestseller-franchisebutiker i Ryssland.

Varuhusgruppens omsättning år 2010 var 1 099,9 milj. euro vilket är 60 procent av koncernens omsättning. Gruppen har 16 varuhus, ett köpcenter och över 40 butiker i fyra länder.

LINDEX

Lindex hör till norra Europas ledande modekedjor. Lindex affärsidé är att erbjuda inspirerande prisvärt mode. Sortimentet omfattar flera olika koncept inom damkonfektion, underkläder, barnkläder och kosmetik.

Lindex kollektioner präglas av genomtänkta detaljer,

modekänsla och ett högt nyhetstempo. Gästkollektioner och designsamarbete har stärkt Lindex position som ett internationellt modevarumärke.

Lindex omsättning år 2010 var 578,7 milj. euro vilket är 32 procent av koncernens omsättning. Lindex har över 430 butiker i 13 länder samt nätbutik i hela EU-området.

SEPPÄLÄ

Modekedjan Seppälä säljer kläder för damer, herrar och barn, skor, accessoarer samt kosmetik. Samtliga kollektioner är av Seppäläs egen design och egna märken. Seppäläs framgång baserar sig på snabbt växlande kollektioner samt förmågan att erbjuda mode till förnuftiga priser.

År 2010 var Seppäläs 80:e verksamhetsår och bolaget är Finlands bredaste modekedja. Dessutom finns närmare 40 procent av kedjans butiker i Ryssland, Baltikum och Ukraina.

Seppäläs omsättning år 2010 var 143,2 milj. euro vilket är 8 procent av koncernens omsättning. Seppälä har nästan 230 butiker i 6 länder.



Stockmann i världen

Läget 30.4.2011



FINLAND

7 varuhus
7 Akademiska Bokhandlar
Hobby Hall postorder,
nätbutik, 1 butik
14 Stockmann Beauty-butiker
4 Zarabutiker
1 Outletbutik
57 Lindexbutiker
137 Seppäläbutiker

SVERIGE

206 Lindexbutiker

NORGE

97 Lindexbutiker

ESTLAND

1 varuhus
7 Lindexbutiker
21 Seppäläbutiker
1 Outletbutik

LETTLAND

1 varuhus
7 Lindexbutiker
11 Seppäläbutiker

LITAUEN

9 Lindexbutiker
10 Seppäläbutiker

RYSSLAND

7 varuhus
1 köpcentrum
14 Lindexbutiker
44 Seppäläbutiker
20 Bestsellerbutiker
1 Outletbutik

UKRAINA

2 Seppäläbutiker

TJECKIEN

13 Lindexbutiker

SLOVAKIEN

4 Lindexbutiker

POLEN

1 Lindexbutik

BOSNIEN-HERCEGOVINA

2 Lindex franchisebutiker

SAUDIARABIEN

15 Lindex franchisebutiker

FÖRENADE

ARABEMIRATEN (DUBAI)

1 Lindex franchisebutik

NÄTButIKER

stockmann.com i Finland
akateeminen.com i Finland
hobbyhall.fi i Finland
lindex.com i hela EU-området

7 inköpskontor i Kina, Indien,
Bangladesh, Pakistan och Turkiet

Omsättning per marknadsområde 2010



54 % Finland
26 % Sverige och Norge
13 % Ryssland och Ukraina
7 % Baltikum, Tjeckien och Slovenien

FÖRENADE ARABEMIRATEN

SAUDI ARABIEN

PAKISTAN

INDIEN

BANGLADESH

KINA

Varuhusgruppen, Lindex och Seppälä Lindex och Seppälä Koncernens inköpskontor

Ansvar för personalen

År 2010 var ett år av historiska expansioner i Stockmannkoncernen. I S:t Petersburg öppnades Nevsky Centre-köpcentret och flaggskeppet för varuhuset i Ryssland, och en betydande förnyelse och expansion av varuhuset i Helsingfors centrum blev klara. Internationaliseringen fortsatte även på andra ställen: Det femte Stockmann-varuhuset i Moskva öppnades i Golden Babylon-köpcentret och Seppäläs 42:a butik i Ryssland, som samtidigt är kedjans flaggskeppsbutik, öppnades i Nevsky Centre i S:t Petersburg.

Lindex öppnade 36 nya butiker i bl.a. Ryssland och Tjeckien. Genom nya varuhus och butiker steg personalantalet med 1 348 personer under året. Sammanlagt var 16 184 personer (14 836 personer år 2009) i bolagets tjänst vid

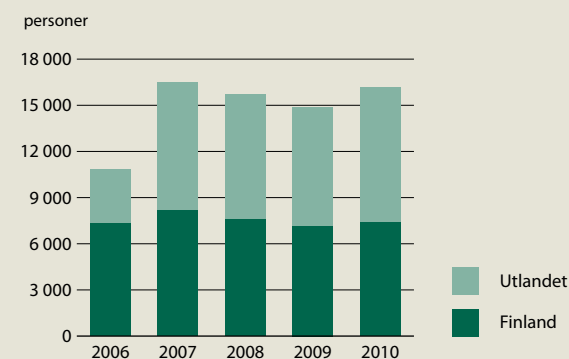
årets slut. 54 procent (52 procent) av personalen, dvs. 8 754 (7 683) personer, arbetade utanför Finlands gränser.

Stockmannkoncernen uppdelas i tre affärsenheter. I slutet av 2010 arbetade 9 806 personer i varuhusgruppen, 4 709 i Lindex, 1 513 i Seppälä och 156 i koncernadministrationen. Organisationerna för Hobby Hall och Stockmanns varuhusgrupp sammangick 1.1.2010. Personer som var i Hobby Halls tjänst 31.12.2009 övergick som gamla anställda i Stockmann Oyj Abp:s tjänst.

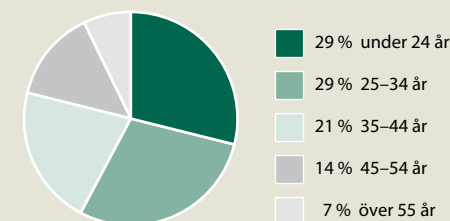
KUNNIG PERSONAL

För att upprätthålla och utveckla en utmärkt kundservice fortsattes den långsiktiga satsningen speciellt på introduktion, kundservice- och försäljningskunskap och chefsarbete i

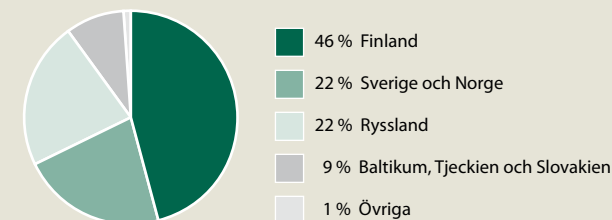
Personal vid årets slut 2006–2010



Personalens åldersstruktur 2010



Personalens fördelning per marknadsområde 2010



Personalstatistik	2010	2009	2008
Anställda 31.12.	16 184	14 836	15 737
i Finland	7 430	7 153	7 665
i utlandet	8 754	7 683	8 072
Antalet anställda i medeltal	15 165	14 656	15 669
Personal omräknat till heltidsanställda, i medeltal	11 503	11 133	11 964
Personalens medelålder	35	35	34
i Finland	36	36	35
i utlandet	34	34	33
Omsättning bland den fastanställda personalen, i medeltal %	24	23	23
i Finland	14	15	15
i utlandet	34	30	30
Sjukfrånvaro, %	4,3	5,4	5,6
i Finland	4,4	4,7	5,1
i utlandet	4,2	6,6	6,4
Andelen heltids-/deltidsanställda av personalen, %	42/58	44/56	46/54
i Finland	41/59	42/58	41/59
i utlandet	43/57	45/55	51/49
Rapporterade arbetsolycksfall på arbetsplatsen i Finland, st.	271	231	261
Personalkostnader, milj. euro	361,9	327,4	350,5
andel av omsättningen %	19,9	19,3	18,7
Kostnader för personalutbildning (utan direkta lönekostnader), milj. euro	0,7	0,6	1,0

CASE

700 nya Stockmannanställda till S:t Petersburg

Den största gemensamma satsningen för tillväxt i Stockmannkoncernen under år 2010 var öppningen av Nevsky Centre-köpcentret i S:t Petersburg och varuhuset som fungerar i det. För att möjliggöra detta rekryterades ca 700 nya anställda bland 18 000 sökande under hösten. Förutom varuhuset öppnades även Lindex-, Seppälä- och Bestsellerbutiker i köpcentret.

Den nya försäljningspersonalen utbildades under oktober och november, precis i tid för öppningen av Nevsky Centre den 11 november 2010. Alla försäljare i det nya varuhuset genomgick utbildningen "Välkommen till Stockmann" och en två dagar lång försäljningsutbildning. Cheferna och de sakkunniga genomgick ett skraddarsytt introduktionsprogram. Cheferna fick också utbildning i rekrytering och deltog i en försäljningsutbildning.

HR-chefen i S:t Petersburg, Ekaterina Zotikova, berättar hur Stockmann rekryterade försäljare till det nya varuhuset i S:t Petersburg: "Rekryteringen av försäljarna bestod av tre faser. Först såg kandidaterna en presentation om Stockmann som bolag och deltog i gruppintervjuer. I två veckors tid intervjuades över 200 kandidater per dag.

I den andra fasen kallades de kandidater som cheferna valt att komma vidare från gruppintervjuerna till personliga intervjuer med två chefer från olika avdelningar. Sammanlagt gjordes över 1 000 personliga intervjuer.

På basen av intervjuerna fick en del av de sökande ett arbetserbjudande och blev kallade till den tredje fasen, där de undertecknade arbetsavtalen och deltog i introduktionsutbildningen i Stockmann. Under oktober 2010 anställde och utbildade vi över 400 försäljare."



UTBILDNING SOM STÖD FÖR FÖRÄNDRING

Stark tillväxt och stora förändringsprocesser kräver många olika slags utbildningar och en engagerad personal för att lyckas. För att möjliggöra tillväxtprojekt genomfördes flera utbildningstillfällen och utbildningsprogram i varuhusgruppen, t.ex. i samband med lanseringen av Stockmanns nätbutik och öppnandet av varuhusen i Ryssland.

Det stora förnyelse- och expansionsprojektet i varuhuset i Helsingfors centrum blev klart i november 2010. Som en del av förnyelsen fortsatte programmet för att utveckla kundservicen som började 2009. Dess mål är att säkerställa att kunder alltid får förstklassig service i flaggskeppet för Stockmannvaruhusen. I utbildningarna i samband med programmet har man tillsammans bl.a. tänkt på vad en bra kundupplevelse består av och hur var och en kan påverka det. Inom ramen för programmet har personalen också fått uppleva glada överraskningar t.ex. i form av olika tävlingar och "Välkommen till jobbet"-morgnar. Feedback fungerar som en utmärkt inlärningskälla för att utveckla kundservice och den går noggrant igenom på vederbörande avdelningar.

Framgång i en livlig varuhusmiljö kräver utmärkt chefsarbete som stöd i bakgrunden. Utbildningshelheten för de närmaste cheferna i varuhusen börjar med den interna utbildningen "Chef på Stockmann", som följs av att kunskaper som behövs i chefsarbete, såsom att ge feedback, interaktionsfärdigheter samt att behärska ekonomiska nyckeltal, betonas i olika utbildningar. En gång om året bjuds alla närmaste chefer

hela koncernen. De anställda i Stockmann uppmuntras till att utveckla sig kontinuerligt och mångkunnighet.

En nyanställd i varuhusen 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 handlingssätt, samt det egna produkt- eller serviceområdet.

Kundservice- och försäljningskunskaper finslipas 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 till erfarna kundserviceproffs som under utbildningen fördjupar sig i bl.a. interaktionsfärdigheter.

Även en aktiv intern arbetsmarknad bidrar till inläring. Hundratals Stockmannanställda använde sig av möjligheten att övergå till nya uppgifter inom bolaget under år 2010.

Lindex erbjuder sina medarbetare kontinuerlig kompetensutveckling genom interna utbildningar och aktiviteter. Under år 2010 genomfördes bl.a. kundservice-, försäljnings-, ledarskaps- och produktutbildningar. År 2010 lanserades också Lindex nya affärsutvecklingsforum, Innovation space, där samtliga medarbetare får delta i idé- och företagsutveckling. Likaså infördes projektet "Resekompis", där alla medarbetare på Lindex huvudkontor paras ihop två och två, i syfte att bygga starkare relationer internt och skapa ett ökat erfarenhetsutbyte mellan avdelningar.

Seppälä Spirit-försäljarutbildningen koncentrerade år 2010 på att skapa och stöda en aktiv försäljningskultur i butikerna. Målet var att aktivera försäljningspersonalen till säljarbete. Programmet fokuserade på att utbilda försäljarna i att sälja klädensembler, merförsäljning och att göra direkta köpuppmaningar, samt att agera aktivt och med kvalitet då kunder möts.

Utbildningen genomfördes som butiksutbildning genom att butikscheferna utbildade sin egen personal. Programmet förnyades också med en ny utbildningsmetod, personal training. Där är försäljaren i ett äkta kundmöte och får genast feedback.

i varuhusen till en gemensam utvecklingsdag.

Utbildningen av butikscheferna i Seppälä genomfördes på våren 2010 i samband med butikschefsdagarna, vars mål var att förstärka en aktiv försäljningskultur. På utbildningsdagen fokuserade man även på att ge feedback och att ställa krav med hjälp av övningar. Områdes- och landscheferna genomförde butikschefs dagar i kedjans alla verksamhetsländer. Chefsutbildningsprogrammet Seppälä Super Leader Academy fungerar fortfarande som hörnstenen i att utbilda butikschefer.

Teamutbildningen som startade 2009 fortsattes i alla team på Seppäläs huvudkontor år 2010. Chefer fungerade som utbildare. Målet i utbildningen var ett allt effektivare samarbete såväl inom som mellan teamen.

INTERN KOMMUNIKATION PÅ MÅNGA OLIKA SPRÅK

År 2010 utkom personaltidningen i Stockmannkoncernen i Finland, Ryssland, Estland och Lettland. Tidningen utgavs fyra gånger om året på ländernas respektive språk. Dessutom når Lindex egna personaltidning modekedjans alla verksamhetsländer. I alla affärsenheter finns även ett intranät som internt kommunikationsverktyg.

Utvecklingen av den interna kommunikationen i varuhusgruppen lyftes fram som ett strategiskt mål för HR. Målet är att införa omfattande gemensamma handlingssätt och kanaler för kommunikation i hela varuhusgruppen, vilket bidrar till att skapa utmärkta kundupplevelser. Arbetet som startade 2010 fortsätter under 2011. Man satsar speciellt på att införa nya elektroniska kommunikationskanaler, såsom ett nytt intranät.

SAMARBETE OCH JÄMSTÄLLDHET

Koncernens personal bestod 2010 av 84 procent kvinnor och 16 procent män. Bland de högre tjänstemännen var 80 procent kvinnor och 20 procent män. Andelen kvinnliga direktörer var 70 procent (67 procent år 2009). Av direktörerna som arbetade i Finland var 68 procent kvinnor (66 procent) och av dem som arbetade i utlandet var 73 procent kvinnor (68 procent).

Samtliga bolag i Stockmannkoncernen gör årligen jämställdhetsplaner som har som målsättning att främja att jämställdheten uppnås. En öppen, diskuterande atmosfär i arbetsgemenskapen, att grundvärden följs, att olikhet tas i beaktande och ett störningsfritt arbete möjliggör att företagets konkurrenskraft bibehålls.

Det interna samarbetet mellan affärsledning och personal har långa anor i Stockmann, eftersom den första organiserade personalnämnden började sin verksamhet redan år 1924. I Finland finns det en personalnämnd i varje enhet, där man fyra gånger per år behandlar frågor i enlighet med samarbetslagstiftningen. Personalfrågor som berör hela koncernen behandlas i en koncernnämnd i Finland som sammanträder två gånger om året. I de baltiska länderna fungerar personalnämnder enligt samma modell.

Lindex har sitt eget internationella koncernsamarbetsorgan, European Works Council, vars verksamhet i Finland har integrerats i Stockmannkoncernens samarbetsverksamhet.

BELÖNING

Koncernens lönekostnader uppgick år 2010 till totalt 287,6 miljoner euro (261,2 miljoner euro år 2009). 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 2010 förtjänade personalen sammanlagt ca 7 miljoner euro (4,4 miljoner euro år 2009) i olika incitament. För Stockmannkoncernens ledning och mellanledning finns även ett optionsprogram för nyckelpersoner vars kostnader år 2010 uppgick till 0,3 miljoner euro.

Arbetsförhållandena är ofta långa på Stockmann och man delar ut förtjänsttecken åt personer som arbetat länge i koncernen. Traditionen hade sin början år 1924 då man delade ut sammanlagt 152 tecken. Tecken delas ut för 10, 15, 25, 35, 40, 45, 50, 55 och 60 års tjänstetid.

År 2010 delade Seppälä ut sitt förtjänsttecken i samband med modekedjans 80-årsjubileum. Till födelsedagens ära ordnades ett festseminarium för Seppäläs hela personal i Finland i Finlandiahuset den 5 september 2010. Målet för

Galna Dagar – en gemensam insats i varuhusgruppen

Galna Dagar är i många avseenden en mycket betydande händelse för Stockmann. Varje år rekryteras över 2 000 anställda endast för Galna Dagar. Bland dessa anställda finns bl.a. studerande, för vilka kampanjen fungerar som en första kontakt med arbetslivet och som senare fortsätter i Stockmanns tjänst.

Dessutom erbjuds kontorspersonal möjligheten att bekanta sig med verksamheten i varuhusen genom att uppmuntra dem att delta i försäljningsarbetet på Galna Dagar. Flera hundra personer från stödenheterna har deltagit i Galna Dagarna varje gång. En gemensam insats skapar sammanhållning och ökar förståelsen om kundarbete över organisationsgränserna.

Galna Dagar nådde alla tiders försäljningsrekord på hösten 2010. Omsättningen ökade med 22 procent från hösten innan. Kampanjen var för första gången fem dagar lång på alla marknadsområden år 2010, eftersom öppethållningstiderna på söndagar frigjorts.



seminariet var att fira en betydande födelsedag med tillbörlig värdighet samt att lära sig något nytt då Seppälä förklarade sig som Sitt Eget Livs Modehus på festen.

I varuhusgruppen utdelades tecknen på fester i huvudstadsregionen, Åbo, Tammerfors, Tallinn och Moskva. År 2010 delades det ut 527 förtjänsttecken i hela koncernen, varav de största utdelade tecknen var två femtioårstecken.

ARBETSSÄKERHET OCH ARBETSHÄLSA

Arbetshälsovårdstjänsterna 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 personalen i alla varuhus i huvudstadsregionen. På andra orter där det finns varuhus, i Lindex i Finland samt i Seppälä har arbetshälsovården organiserats med 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 förverkligandet av principen om chefernas och företagshälsovårdens tidiga ingripande i syfte att förebygga frånvaro. Arbetstagarna hänvisas vid behov till olika typer av rehabiliteringar.

Lindex i Sverige har som personalförmån en hälsovårdsförsäkring som kompletterar grundskyddet. I Ryssland, Lettland och Ukraina kompletteras också den lokala hälsovården delvis med frivilliga försäkringar. I Estland, Litauen, Tjeckien och Slovakien har personalen tillgång till statlig hälsovård.

År 2010 genomfördes en arbetshälsovårdsgranskning i samarbete med koncernens skadeförsäkringsbolag i alla varuhus i Finland. Granskningen kommer under kommande år att utvidgas till Stockmannkoncernens alla verksamhetsställen och fortsättas vid de tidigare ställena. Den traditionella arbetarskyddsdagen för arbetarskyddsfullmäktiga och arbets säkerhetsschefer arrangerades även år 2010.

50 år på Stockmann

Det var den 1 september år 1960 då 17-åriga Kaj Nykopp fick fast anställning på Stockmann. Tjänstetiden blev längre än de 50 år som framgår från förtjänsttecknet; han gick i pension den 30 september 2010. Långvariga arbetsförhållanden verkar vara kännetecknande för släkten Nykopp, eftersom Kajs far Arvo var i bolagets tjänst i hela 54 år.

Ynglingen började genast skaffa sig sin yrkeskunskap tack vare Stockmanns försäljarskola. Varannan vecka studerade man ämnen som t.ex. försäljningskunskap, varukunskap och handelsmatematik i försäljarskolan och varannan vecka var det affärsarbete i praktiken som gällde. Skolan var tvåårig, och under den tiden avancerade Kaj från elev till praktikant och slutligen till en försäljare som avlagt examen.

Kaj arbetade främst på fotoavdelningen, men flera andra avdelningar blev även bekanta för "den flygande försäljaren". År 1969 lämnade han butiksarbetet och flyttade till kontoret och kreditärenden. Från den tiden tills pensioneringen var han "karlen med kredit på Stockmann", senast på kredit-

avdelningen för distanshandel.

Det var dock inte bara arbete som gällde på Stockmann. Klubbverksamheten var fortfarande stark på 1960-talet, eftersom samhällets utbud på fritidssysselsättning var mer begränsat än idag. Dagarna på Stockmann kunde bli långa, då många anställda också spenderade sin fritid hos arbetsgivaren. Den fotografiintresserade Kaj minns att han ofta under nattens mörka timmar framkallade fotografier i mörkrummet på Stockmann.

På Stockmann hittade Kaj också sin livskamrat. Under ett av idrottsföreningens evenemang blev Anja, med den glada blicken och som arbetade vid kundbetjäningssdisken, hans spelkompis på badmintonplanen. Den matchen blev början till ett spel som fortsätter än idag. Paret gifte sig i maj 1965.

Kaj sammanfattar de 50 åren som gått snabbt med att säga: "Kort sagt har Stockmann varit en bra och säker arbetsplats."



Ansvarsfull importhandel

Stockmanns sociala ansvar sträcker sig förutom till bolagets egna anställda även indirekt till arbetsförhållandena för dem som är anställda i varuleverantörernas leveranskedja. Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar, utan produkterna köps från varuleverantörer, huvudsakligen i Europa och Asien.

Stockmannkoncernen har sedan år 2005 varit medlem av den europeiska organisationen Business Social Compliance Initiative (BSCI). BSCI är ett samarbete mellan över 600 europeiska handelsföretag som strävar efter att förbättra arbetsförhållandena i varuleverantörernas fabriker och förtydliga och enhetliggöra fabriksinspektionerna av varuleverantörer i s.k. riskländer. BSCI har bl.a. som riskländer identifierat alla länder i Asien med undantag för Japan och Singapore, länderna i Latinamerika, länderna i Afrika med undantag för Sydafrika, samt i Europa bl.a. Turkiet, Rumänien och Ryssland. En avsevärd andel av inköpen av Stockmanns egen import kommer från riskländer.

Stockmannkoncernen är medlem i BSCI-initiativet framför allt för att bemästra sådana risker gällande socialt ansvar, som hänger samman med den egna rollen som importör. BSCI:s uppförandekod (Code of Conduct) är vägledande för organisationens verksamhet, där de mest centrala sätten att påverka utgörs av fabriksinspektioner, utbildning och samarbete med intressentgrupper och fabriksägarna själva.

FABRIKSINSPEKTIONER

De fabriksinspektioner genom vilka efterlevnaden av BSCI:s uppförandekod bevakas, kan endast genomföras av oberoende auditeringsföretag som är godkända av BSCI. Inspektionsbesöken informeras om i förväg, i syfte att möjliggöra att det till exempel finns ledning på plats för intervjuer. Resultaten publiceras för kännedom i en databas som alla BSCI-medlemmar har tillgång till.

Vid inspektioner utreds bl.a. fabriken arbetsstids- och lönepraxis, de anställdas arbetsförhållanden, åldersstruktur, rätt att organisera sig, boenden samt fabriken miljöarbete.

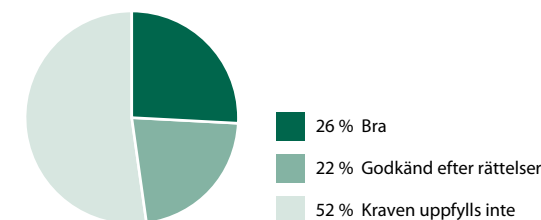
Vad gäller Stockmannkoncernens inköp som importör inom mode och produkter för hemmet från riskländerna, härrör redan cirka 80 procent från varuleverantörer som är BSCI-auditerade. Antalet varuleverantörer som förtecknats i Stockmanns BSCI-databas ökade markant under år 2010. Dessutom är sex av Stockmanns varuleverantörer SA8000-certifierade. Under år 2010 genomfördes sammanlagt

184 fabriksauditeringar. 26 av dessa fick betyget 2 (god) och 22 procent betyget 1 (godkänd efter rättelser). Betyget 0 (kraven uppfylls inte) gavs till 52 procent av de auditerade produktionsanläggningarna. Fördelningen av auditeringsresultaten bland Stockmanns varuleverantörer liknar i mångt och mycket den senaste, år 2009 utgivna fördelningen av resultaten av en världsomfattande BSCI-auditering där underlaget omfattade 637 fabriksinspektioner.

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. Miljöskyddslag och förordningar
10. Ledningssystem

Stockmanns BSCI-auditeringar 2010 (184 auditeringar)



De produktionsanläggningar som fått bäst betyg vid fabriksinspektion auditeras på nytt, senast efter tre år. De fabriker i vilkas verksamhet man hittar bristfälligheter (betyg 1 eller 0) utarbetar en handlingsplan för att rätta till bristerna. I planen antecknas när en ny kontroll kommer att genomföras i fabriken, varvid rättelseåtgärderna kan säkerställas. Resultaten av förnyade inspektioner visar att de noterade bristerna vid den första inspektionen ofta kan rättas till. Om bristerna som noterats vid den första kontrollen är mycket allvarliga, dvs. om de så kallade minimikraven inte är uppfyllda, kommer samarbetet med fabriken inte att förlängas innan påpekade brister är åtgärdade.

De anställda på Stockmanns inköpskontor utför även fabriksinspektioner regelbundet. Koncernen har sammanlagt 7 inköpskontor belägna i Kina, Indien, Bangladesh, Pakistan och Turkiet. På alla inköpskontor arbetar en eller flera Compliance Officer. En Compliance Officers arbete är fokuserat på kontroll av det sociala ansvaret samt på miljöaspekter. En Compliance Officer besöker inköpskontorens nya varuleverantörer och kontrollerar att minimikraven uppfylls i samband med att ett nytt köpeavtal sluts.

UTBILDNING

Utöver fabriksinspektioner använder Stockmann sig av den utbildning och de utvecklingsprojekt som BSCI erbjuder sina medlemmar och deras varuleverantörer. För varuleverantörer

ordnas utbildning om goda och trygga arbetsförhållanden: Stockmann uppmanar alla varuleverantörer som är i färd med att inleda en BSCI-auditeringsprocess att delta. Utbildningar skraddarsys för olika riskländer även med utgångspunkt i vilka de viktigaste föremålen för utveckling är utifrån genomförda fabriksinspektioner i olika länder. Varuleverantörernas deltagande i utbildningar är ytterst viktigt med tanke på förbättrade arbetsförhållanden.

Stockmann och dess varuleverantörer deltar även i olika utvecklingsprojekt i riskländerna. Under år 2010 handlade utvecklingsprojekten bl.a. om förbättring av kunnandet kring miljöaspekter hos varuleverantörer i Kina och Indien och främjandet av el- och brandsäkerhet i Bangladesh. Under år 2011 blir det aktuellt med nya, nyligen startade utvecklingsprojekt i Indien, Kina, Turkiet och Bangladesh.

SAMARBETE MED INTRESSENTGRUPPER

Många av riskländernas problem begränsas inte enbart till enstaka fabriker utan gäller för hela landet, eller en industribransch. Dessa frågor kan bäst påverkas genom samarbete mellan olika intressentgrupper. BSCI främjar dialogen mellan till exempel regeringar, fackförbund, medborgarorganisationer, handelsföretag och varuleverantörer i riskländer. Stockmann deltog år 2010 i BCSI:s Round Table -sammankomster gällande aktuella frågor i Indien och Bangladesh. Där tog man upp och försökte driva många teman inom det sociala ansvaret, liksom arbetarskydd. Stockmann deltog aktivt i samarbetsprojekt med handelsföretag verksamma i riskländer.

Samarbetet med intressentgrupper kring det sociala ansvaret utvecklades förutom i leveransländerna även i bolagens hemländer Finland och Sverige genom att under år 2010 aktivt delta i BSCI National Contact Groups. I Finland anordnades under oktober 2010, tillsammans med andra stora företag inom handeln, kampanjen Clean Clothes Campaign, Finlands och Finlands Fackförbunds Centralorganisations seminarium om verktygen för ansvarsfull importhandel. Seminariet var särskilt riktat till finska importörer och agenter.

MOTVERKAN MOT KORRUPTION

Stockmann är med som grundande medlem i Transparency Finland rf som främjar verksamhet som motverkar internationell korruption. Huvudorganisationen Transparency International är verksam i 90 länder. Koncernens ökande internationella

verksamhet ställer utmaningar även på verksamhet som bekämpar korruption. Stockmanns verksamhet i alla länder följer alltid koncernens grundvärden och instruktioner och iakttar lokala lagar och bestämmelser.

▼ *Lindex samtliga avdelningar har ekologiska produkter i sortimentet. År 2010 producerades över en miljon ekologiska plagg. För Lindex innebär miljövänligt mode förutom ekologiska produkter även en miljövänlig produktionskedja.*



PRODUKTSÄKERHET

Stockmann ansvarar för att de produkter som säljs är säkra och inte medför någon fara för kundens hälsa eller egendom.

Inköpsfunktionerna ansvarar för att produkterna fyller lagar och förordningar om produktsäkerhet. Produkterna skall uppfylla alla krav i den europeiska REACH-kemikalieförordningen. Enligt förordningen får produkterna inte innehålla över 0,1 viktprocent av sådana ämnen som finns på listan över ämnen som inger mycket stora betänkligheter och inte heller sådana mängder begränsade ämnen som överstiger gränserna. Vidare har butikspersonalen fått instruktioner om hur de skall besvara konsumenternas eventuella frågor om kemiska ämnen som ingår i produkterna.

Betydelsen av produktsäkerhet är central inom livsmedelshandeln. Stockmanns Delikatess-avdelning och centralköket, som startat sin verksamhet år 2010, tillämpar ett omfattande egenkontrollsystem för livsmedelssäkerhet. 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.

Detaljhandeln har ett stort ansvar för att förhindra att felaktiga produkter kommer ut på marknaden. Om det upptäcks någon felaktighet i en produkt eller i produktinformationen återkallas produkten från försäljning i enlighet med affärsenheternas instruktioner gällande återkallande från försäljning. Om felet orsakar fara för kundens hälsa, görs ett s.k. offentligt återkallande vilket alltid även delges till tillsynsmyndigheterna. Stockmann följer EU:s anmälningar om fel i produkter, såväl i fråga om livsmedel som i fråga om andra konsumtionsvaror. Syftet med anmälan om fel i produkter är att så snabbt som möjligt informera om produkter som orsakar fara för konsumenternas hälsa och säkerhet.

Seppälä satsar på ansvarsfull importhandel

I Seppälä fäste man år 2010 speciell uppmärksamhet vid ansvarsfull importhandel. Ansvarsarbetet påbörjades genom att skicka alla leverantörer Stockmannkoncernens instruktioner, där förväntningarna för leverantörerna specificeras noggrant.

Mottagandet har dock inte varit problemfritt hos alla leverantörer. "Inställningen och verksamhetskulturen är väldigt olika i olika länder, säger Mari Hartig, som började som HR- och CSR-koordinator i inköpsorganisationen i Seppälä år 2010. T.ex. i Kina säger man aldrig nej till ett förslag, så man måste locka fram det äkta ställningstagandet för att kunna påverka det." Efter att problemen och oklarheterna har lösts skriver leverantörerna under ett kontrakt och förbinder sig att följa instruktionerna. De ombeds också lämna uppgifter om alla de fabriker och underleverantörer där Seppäläs produkter tillverkas.

Mari sommarjobbade år 1986 i en Seppäläbutik, stannade kvar i företaget och avancerade till olika uppgifter inom inköpsorganisationen. 25 år i Seppälä samt täta, långvariga

kontakter till leverantörer har gett henne en solid kännedom om klädhandelsbranschen, vilket har gett henne en utmärkt bas för att sköta den nuvarande uppgiften. Efter att hon tillträtt sin nya position bekantade Mari sig med modekedjan Lindex sått att sköta CSR och kunde dra nytta av den enorma know-how som kollegerna på Lindex skaffat sig under årens lopp.

Seppälä har totalt flera hundra leverantörer, och fältet ändras hela tiden, då nya leverantörer tillkommer och gamla lämnas bort. Cirka 200 leverantörer har sin verksamhet i riskländer och Seppälä fäster mest uppmärksamhet vid dem.

Arbetet har börjat bra. Hittills har den breda leverantörskåren kartlagts. Mer än hälften av leverantörerna har auditerats enligt BSCI-standarden, men för många produktionsanläggningar har arbetet bara börjat. "Detta om någonting är säljarbete och lobbyverksamhet, beskriver Mari. Jag säljer idén om betydelsen av en ansvarsfull verksamhet åt våra leverantörer. Till min stora glädje är deras inställning ofta positiv, och det är väldigt belönande."



Ansvarsfulla produkter

Allt fler konsumenter är intresserade av hur de produkter de köper påverkar miljön och samhället. Stockmann erbjuder ansvarsfulla produkter som en del av sitt sortiment. Under år 2010 ingick det i varuhusens sortiment bl.a. ekologiska produkter och rättvisemärkta livsmedel, miljöprodukter med nordiskt miljömärke (Svanmärke) och EU-miljömärke (EU-blomman), MSC-certifierade fisk- och skalldjursprodukter, mode och textilier tillverkade av naturmaterial, eko- och naturkosmetikaprodukter, FSC- och PEFC-certifierade trä- och pappersprodukter, elektronik som uppfyller kraven på Energy Star samt produkter tillverkade av återvunnet material. Det var framför allt utvidgning av sortimenten av ekologiska livsmedel som var föremål för satsningar under år 2010, och för tillfället ingår det över 800 ekoprodukter i Stockmanns sortiment.

Stockmann Delikatess satsar i sin egen färdigmatproduktion på utveckling av hälsosamma produktalternativ. Stockmanns eget kök tillverkar produkter i Meals Wellbeing-serien där särskild uppmärksamhet ägnas åt mängden fett, salt och fibrer. En del av Meals Wellbeing-produkterna fick under

januari 2008 som första produkt såld över betjäningsskiv användningsrätten till det finländska Hjärtmärket. Tidigare beviljades Hjärtmärket endast för förpackade produkter. Under år 2011 är det fem av Meals Wellbeing-färdigmaträtterna som säljs över betjäningsskiv, som har användningsrätten till Hjärtmärket.

Lindex erbjuder ansvarsfulla produkter inom alla sina produktkategorier. Till exempel var 8 procent av alla år 2010 sålda underkläder tillverkade av bomull som odlats ekologiskt. Förutom ekologisk bomull erbjuder Lindex produkter tillverkade av återvunnen nylon, polyester och bomull. Satsningar har också gjorts på märkning av ansvarsfulla produkter. I butikerna har produkterna som tillverkats av ekologiskt eller återvunnet material märkts med ett eget märke. I näthandeln har de ansvarsfulla produkterna samlats på en egen produktsida.

För att kunna bidra till en förbättring av traditionella odlingsmetoder för bomull har Lindex sedan år 2008 varit medlem av Better Cotton Initiative (BCI). Dess mål är att minska den traditionella bomullsodlingens miljöpåverkningar och skadeverkningar på de anställda.

Riktlinjer för ansvarsfullhet vid handeln med produkter

ÄGG

Stockmann Delikatess i Finland säljer endast ekologiska ägg samt ägg från frigående höns. Ägg från frigående höns härrör från golvhönsgårdar där hönsen har möjlighet att röra sig på golvet, ta sig upp på sparren, sprätta, picka och värpa i rede. Ekologiska hönsägg kommer från golvhönsgårdar som har förbundit sig till tillverkningsvillkoren för ekologisk husdjursproduktion. Det får finnas högst 5 höns per kvadratmeter. På ekologiska höns serier matas hönsen i huvudsak med ekologiskt foder och de har möjlighet att vistas ute alltid när vädret tillåter. Stockmann säljer inte ägg från höns serier med inredda burar.

BLEKTA JEANS

Att utföra blekning av jeans med sandblåstringsmetod kan utgöra en fara för de anställdas hälsa om det görs utan adekvat skyddsutrustning och utbildning. Metoden är lagförbjuden i EU-området och bl.a. i Turkiet. Stockmannkoncernens bolag använder inte sandblåstring vid tillverkning av egna märkesjeans.



Miljöansvar

Den mest betydande miljöpåverkan som Stockmann-koncernens verksamhet medför har med energiförbrukning, transporter och avfall att göra. Dessutom ägnas uppmärksamhet åt miljövänligheten i de förnödenheter och tjänster som skaffas för eget bruk.

Miljöarbetet baserar sig på den strategi om samhällsansvar och miljöpolitik, som Stockmannkoncernens ledningsgrupp fastställt. Målen för miljöansvaret har definierats i strategin för samhällsansvar. Operativ miljöledning ingår i ledningen för affärsenheterna.

Stockmannvaruhusen i Finland har sedan länge använt sig av certifierade ISO 14001-miljösystem. Varuhusgruppens samtliga verksamhetsställen i Finland utvecklar sitt miljöarbete utöver den lagstadgade miniminivån. ISO 14001-certifieringen täcker funktionerna i Stockmannvaruhusen i Finland och Akademiska Bokhandeln samt varuhusgruppens gemensamma kontors- och lagerfunktioner i Sockenbacka i Helsingfors. Nästan 70 procent av de anställda i koncernens finländska verksamheter omfattas av de certifierade funk-

tionerna. Både interna och externa tidsbestämda bedömningar som hänför sig till certifikatet utförs regelbundet. Under år 2010 genomfördes interna auditeringar vid samtliga varuhus och kontors- och lagerlokaler i Sockenbacka samt externa auditeringar vid varuhusen i Helsingfors, Åbo, Tammerfors och Uleåborgs samt vid Jumbo varuhus. I de andra verksamhetsländerna används inte några miljösystem.

I sin roll som importör av produkter har Stockmann ett producentansvar, dvs. bolaget är skyldigt att sörja för avfallshandlingen och återvinningen av vissa av sina produkter och deras förpackningsmaterial. Koncernen sköter sitt producentansvar genom att vara ansluten sig till producentsammanslutningar som ansvarar för insamling och återvinning av produkter som tagits ur bruk. Under år 2010 omsatte Stockmann sammanlagt 4 900 ton förpackningsmaterial på marknaden.

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

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING

Koncernens energiförbrukning består av elektricitet, värme och fjärrvärme, i Helsingforsvaruhuset även av fjärrkyla. Den rapporterade energiförbrukningen förorsakas främst av belysning, ventilation, uppvärmning och nedkylning av butiks-, lager- och kontorslokaler, och av elapparater som används i dem. Exempel på detta är hissar och rulltrappor samt kyl- och IT-apparatur.

Den statistikförda elförbrukningen i koncernen uppgick till 151 223 MWh under år 2010. Detta är nästan 50 procent mera än den för år 2009 rapporterade förbrukningen. Uppgången orsakas av att butiksarealen vuxit och att allt flera av verksamhetsställena omfattas av uppföljning av elförbrukning. Till exempel omfattar statistiken för första gången Seppälä-butikernas energiförbrukning. Koncernen lyckades att dra ner på den jämförbara elförbrukningen på flera verksamhetsställen, bl.a. i varuhuset i Riga, Sockenbackas kontors- och lagerlokaler, Lindex butiker och IT:s datacenter samt Seppäläs huvudkontor och logistikcentralen.

Stockmanns avfallshantering 2008–2010 (ton)

	Varuhusen, Finland			Varuhusen, utlandet			Lindex			Seppälä			TOTALT		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008	2010	2009	2008
ÅTERVINNBART AVFALL															
Kartong och papper	1 741	2 068	2 339	262	296	443	1 144	1 159	1 147	378	360	426	3 525	3 883	4 355
Energiavfall	1 052	1 015	1 240				24	27	24	16	14	23	1 092	1 056	1 287
Bioavfall	2 132	2 091	1 926	386	194	158				9	12	15	2 527	2 297	2 099
Ovrigt (plastfilm, metall, glas)	88	69	67	6	6		3		1	7	6	4	104	81	72
BLANDAT AVFALL	587	427	382	6 113	3 318	3 608	6	6	3	16	9	9	6 722	3 760	4 002
PROBLEMAVFALL	14	11	7	0			0	2		0	0	0	14	13	7
TOTALT	5 614	5 681	5 961	6 767	3 814	4 209	1 177	1 194	1 175	425	401	477	13 984	11 090	11 822
ÅTERVINNING, %	89	92	93	10	13	14	100	100	100	96	98	98	52	66	66

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

Under år 2010 startades samarbete på koncernnivå för en effektivisering av energiförbrukningen och för spridning av bästa praxis. Vid utveckling av verksamheten koncentrerade Stockmann sig på uppföljning och jämförelse av specifik förbrukning mellan affärsenheterna. Rapporteringen av specifik förbrukning avslöjar objekt där energiförbrukningen är större än vid andra jämförbara lokaler. Avsikten är att hitta de lokaler som har störst potential att kunna spara energi. Förbättring av energieffektivitet var ett viktigt mål även vid planeringen av ett nytt belysningskoncept för varuhus och butiker. Belysningen i varuhusen i köpcentret Golden Babylon och i S:t Petersburg, vilka öppnades år 2010, planerades och förverkligades i enlighet med detta.

Varuhusgruppen förbättrade uppföljningen av energiförbrukningen genom att införa ett månatligt responsystem och rapportering av specifik energiförbrukning. Reglering och kontroll av byggnadsautomation kom i fokus, framför allt vid det förnyade varuhuset i Helsingfors centrum. Fastighetens ventilation och temperaturkontroll har efter expansionen väsentligt förbättrats utan att fastig-

Stockmanns energi och vattenförbrukning 2008–2010

	2010	2009	2008
DIREKT			
Lätt brännolja (l)	4 570		
Naturgas (m3)	638 200		
INDIREKT			
Elektricitet (MWh)	151 223	101 943	96 801
Fjärrvärme och -kyllning (MWh)	103 811	46 167	34 821
Vatten (m3)	211 678	199 673	195 509

Siffrorna innehåller inte energi som används i fordon. Fjärrkylningens andel rapporteras för första gången. Fjärrvärmekonsumtionen innehåller inte Stockmann Beauty-, Seppälä- och franchisebutikernas konsumtion. Vattenkonsumtionen täcker varuhusgruppens verksamheter (förutom varuhuset i Östra centrum, Jumbovaruhuset, Beauty- och franchisebutikerna), samt Lindex och Seppäläs huvudkontor och logistikcenter.

Ett nytt energieffektivt centralkök

Stockmann öppnade i november 2010 ett nytt centralkök i Vinikby i Vanda, där man tillverkar Meals-färdigprodukter, Deli-produkter och sushi. Den nya anläggningen ersatte köken som tidigare fungerat i samband med Delikatessavdelningarna i varuhusen i Helsingfors, Hagalund, Östra centrum och Jumbo. Under år 2011 skall även varuhusen i Åbo och Tammerfors ansluta sig som det nya centralköket kunder. En effektiv verksamhet som är koncentrerad till en plats sparar redan i sig på energiutgifter, och man fäste även uppmärksamhet vid energieffektivitet då de nya lokalerna planerades.

Centralköket ligger på en logistiskt utmärkt plats. Förbindelserna till varuhusen är snabba och därför är kylkedjan kort. Detta leder till att man inte behöver lagra färdiga produkter i centralköket och kyl- eller frysrums för lagring behövs inte alls.

Nästan 50 personer arbetar i centralköket. De totalt 1 750 kvadratmetrarna i köket används effektivt och det finns inga onödiga utrymmen som slösar energi. Takhöjden har också optimerats så att man undviker att kyla ner onödiga kubikmeter luft.

90 procent av maskinparken i centralköket är ny. Energieffektivitet och utrustningens livscykel var viktiga

ansaffningskriterier. ISO 9001 och ISO 14001-kvalitets och miljöcertifikaten ställdes som minimikrav på alla utrustningsleverantörer.

Av alla energikostnader i centralköket går ungefär 20-30 procent åt till att upprätthålla förhållandena. Största delen av utgifterna går åt till att värma upp ugnar, kyla ner varm mat och tvätta kärl. Utrustningen valdes på basen av deras energisparprogram. T.ex. diskcentralens maskiner doserar inte vatten och tvättmedel i standarddoser utan enligt det verkliga behovet. All varm mat kyls ner centraliserat i kyltunnmaskiner så att energi sparas innan maten förpackas.

Maskiner och möbler från varhusköken som inte längre används levereras under våren 2011 till återvinning från Stockmann.



hetens energiförbrukning har ökat.

Anskaffningen av lampor gjordes effektivare i Finland på så sätt att ljuskällor ersattes med modeller som var mer energieffektiva än de tidigare. Under år 2010 var redan 53 procent av de lampor och lysrör som anskaffats för varuhuset i Finland miljövänliga modeller, tack vare sin energieffektivitet, lägre kvicksilverhalt eller längre livstid. Ett pilotförsök med ersättning av möblemangsarmaturer med energisnåla LED-lampor genomfördes vid varuhuset i Tallinn. Stockmanns Delikatess fortsatte med att installera lock och dörrar på befintlig kylutrustning. Varuhuset i Finland deltog i en riksomfattande energibesparingsvecka under oktober.

Lindex fortsatte med sitt energisparprogram Energijakt som inleddes år 2008. Programmet fokuserar på ökning av den allmänna energimedvetenheten och effektivisering av butikernas energianvändning. År 2010 sjönk Lindexbutikernas genomsnittliga energiförbrukning i de svenska butiker som ingått i Energijakten med 8 procent per försäljningskvadratmeter i jämförelse med det tidigare året. Detta uppnåddes genom att sprida och mångfaldiga bästa praxis och utarbeta planer för energibesparing på ställen där den specifika förbrukningen av en eller annan anledning var större än för jämförbara lokaler. Energieffektivitet var även en faktor som beaktades vid planering av ett nytt butikskoncept. Den sammantagna energiförbrukningen för IT:s datacenter, som togs i bruk under år



Stockmanns koldioxidavtryck

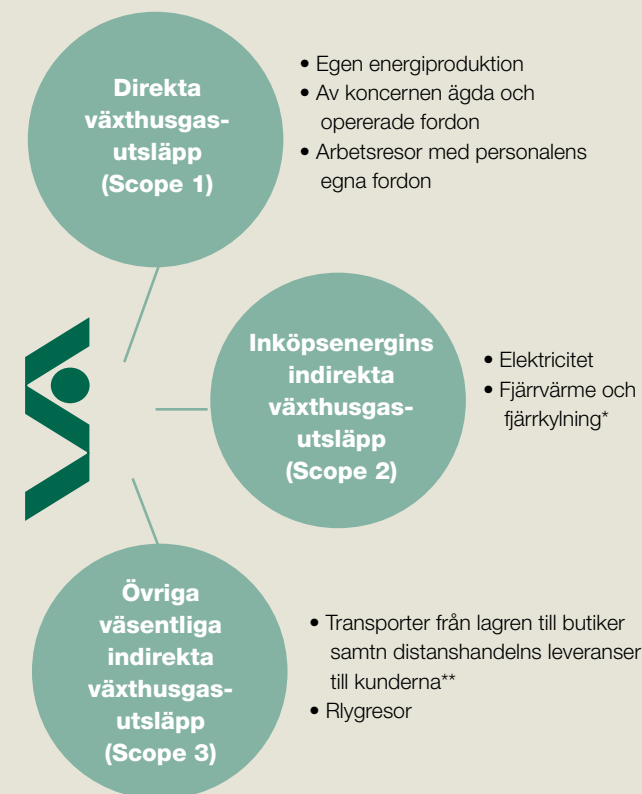
Att anpassa sig till klimatförändringen och minska växthusgasutsläppen är stora utmaningar. Stockmanns mål är en energieffektiv verksamhet, som också medför ekonomisk nytta. Rapporteringen om växthusgasutsläpp omfattar varuhusgruppen och Seppäläs verksamhet i Finland samt Lindex verksamhet i alla verksamhetsländer. Verksamheten som innefattas i koldioxidberäkningen står för över 80 procent av koncernens omsättning och omfattar 72 procent av koncernens personal.

Beräkningen utfördes av en utomstående part och gjordes enligt rapportprinciperna för Greenhouse Gas Protocol. Direkta utsläpp av växthusgaser som orsakas av Stockmanns egen verksamhet är små. De största utsläppen orsakas av köpt energi, speciellt elproduktion.

Bestämningen av växthusgasutsläpp fungerar som ett verktyg för ledningen och skapar en grund för att bestämma objekt där utsläpp skall minskas och för att ställa mål för minskningar under de kommande åren. Avsikten är att utveckla koldioxidberäkningen så att den omfattar alla verksamhetsländer och de viktigaste indirekta utsläppen för verksamheten.

Växthusgasutsläpp 2010	tCO ₂ e
Direkta utsläpp	
Fordon	526
Egen energiproduktion	362
	<hr/>
	888
Inköpsenergis indirekta utsläpp	
Elektricitet	18 856
Fjärrvärme och -kylning	10 914
	<hr/>
	29 770
Övriga väsentliga indirekta utsläpp	
Transporter och leveranser	2 493
Flygresor	1 570
	<hr/>
	4 063
Totalt	<hr/>
	34 721

Utsläppskällornas fördelning enligt GHG Protocol -rapporteringsprinciper



* Innehåller inte Seppäläbutikernas fjärrvärmekonsumtion

** Innehåller inte Lindex Shop Online-nätbutikkens produktleveranser

2007, har kunnat minskas med 37 procent fram till slutet av år 2010. Samtidigt har maskinsalens kapacitet ökat markant.

Vid Seppälä startades ett åtgärds-, uppföljnings- och instruktionsprojekt för effektivare energiförbrukning, som koncentrerar sig på butikernas energianvändning. Samtidigt fortsatte Stockmann med att ansluta butiker i Finland till det automatiska energiuppföljningssystemet. Tillsammans med andra affärsenheter fokuserade man på att lokalisera de bästa objekten för energibesparing genom att följa specifika förbrukningar för lokalerna. Under år 2011 kommer särskild uppmärksamhet ägnas åt energieffektiviteten i butiker som skall öppnas, genom att bestämmelserna om kvalitetsnivå gällande nya butikslokaler och kraven på tekniska egenskaper blir föremål för genomgång.

Koncernens statistikförda vattenkonsumtion uppgick till 211 700 kubikmeter, dvs. 6 procent mer än året innan. Den ökade konsumtionen orsakades av nytilkomna verksamhetsställen. Den jämförbara vattenkonsumtionen minskade. Merparten av vattnet konsumeras i varuhusens restaurang-, köks- och sanitetslokaler. Det förbrukade vattnet kommer från lokala vattenverk.

ELEKTRONISKA LÖSNINGAR OCH ANSKAFFNINGAR FÖR EGET BRUK

Stockmann har fortsatt att införa video- och telefonkonferensutrustning samt att utbilda användare. En stor del av de regelbundna internationella mötena organiseras med hjälp av video- och telefonkonferensutrustning varpå resor kan undvikas. Användningen av de redan införda elektroniska rapporterings-, räkningshanterings- och arkiveringssystemen minskar markant mängden pappersutskrifter och transporterade dokument. Vid Seppälä har användningen av elektroniska tjänster utvecklats så att det rapporterings- och instruktionsmaterial som sänds från huvudkontoret ut i butikerna i huvudsak har ersatts med kommunikation via intranätet.

Miljöaspekterna har beaktats bättre än tidigare vid anskaffning av varor och tjänster avsedda för koncernens eget bruk. Till exempel fäste Stockmann vid genomförande av upphandling av logistik tjänster för varuhuset i Helsingfors centrum uppmärksamhet vid effektivitet i transportinventarier

och transportföretagens möjlighet att rapportera växthusgasutsläppen orsakade av verksamheten. Det gick att skapa större effektivitet vid transport av varor avsedda för eget bruk

i varuhuset i Finland genom att anskaffningen centraliserades. De mest betydande anskaffningspartners använder sig av ISO 14001- eller EMAS-miljösystem.

▼ Under år 2010 förnyades sortimentet av varuhusens förpackningsmaterial. I samband med detta ersattes presentkartonger med material-effektivare presentpåsar. Förnyelsen organiserades så, att allt gammalt förpackningsmaterial utnyttjades.



Ekonomiskt ansvar

Med ekonomiskt ansvar avses i Stockmannkoncernen god ekonomiförvaltning så att ägarnas avkastningsförväntningar uppfylls, att stadigvarande arbetsplatser erbjuds till de anställda och att ekonomisk välfärd skapas i samhället överlag. Stockmann är en betydande arbetsgivare och skattebetalare samt en avsevärd inköpare av produkter, investerare samt samarbetspartner. Konkurskraft 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.

FINLÄNSKT BÖRSBOLAG

Stockmannkoncernens moderbolag Stockmann Oyj Abp med omkring 45 000 aktieägare har noterats på Nasdaq OMX Helsingfors Börs. Stockmanns informationsgivningspolitik syftar till att säkerställa att samtliga aktörer på marknaden samtidigt har tillgång till tillräcklig och korrekt information som grund för prisbildningen av Stockmanns aktie. All investerarinformation publiceras på koncernens internetsidor på www.stockmangroup.fi på finska, svenska och engelska. Ekonomisk information offentliggörs om moderbolaget och koncernen som helhet och dess affärsenheter: varuhusgruppen, Lindex och Seppälä.

Stockmanns styrelse har fastställt över hälften av vinsten som den ordinarie affärsverksamheten genererar som utdelningsmål. Den finansiering som krävs för verksamhetens tillväxt tas dock i beaktande vid fastställandet av dividendnivån.

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 uppnå höga etiska, sociala och till miljöskydd relaterade kriterier i sin affärsverksamhet.

Dessutom är Stockmann sedan år 2010 ett av företagen inom OMX GES Finland Sustainability-indexet. Detta



Helsingfors Börs index omfattar 40 ledande bolag i hållbar utveckling i Finland.

VIKTIGA STAMKUNDER

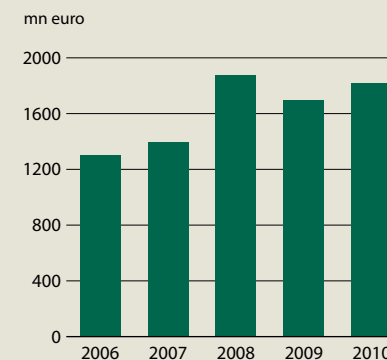
Stockmannkoncernens affärsenheter har fyra populära stamkundsprogram: Stockmanns stamkundskap, Lindex Club, Seppälä Klubben och Hobby Hall, omfattande sammanlagt över 6 miljoner kunder. Stamkundsprogrammen har sina egna kundregister som samlats för vård av kundrelationer, kundbetjäning och marknadsföring. Stockmann följer lagarna och förordningarna kring kundernas integritetsskydd och har inte fått klagomål eller anmärkningar under rapportperioden.

Stockmanns egentliga bolagsstämma antog under åren 2006 och 2008 bolagsstyrelsens förslag till givande av optionsrätter till Stockmanns stamkunder. Givandet av optionsrätter avser att erbjuda stamkunder som koncentrerar sina inköp till Stockmann en väsentlig fördel som belönar deras köplojalitet och samtidigt förbättrar Stockmanns konkurrensställning. Varje option berättigar till teckning av en aktie i Stockmanns B-serie under åren 2008-2012 under de angivna teckningstiderna för aktier. År 2010 tecknades 52 047 stycken aktier med stamkundsoptioner.

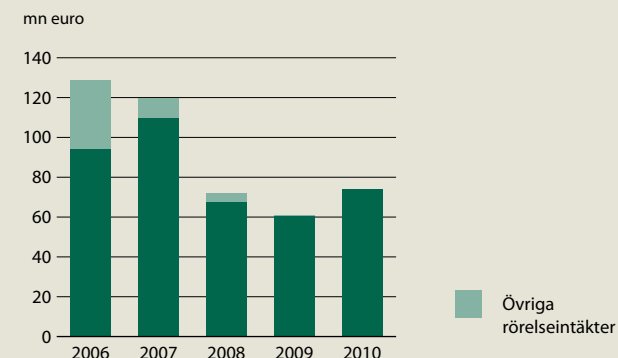
EKONOMISK UTVECKLING UNDER ÅR 2010

Världsekonomin, som håller på att återhämta sig ur en djup kris, vände snabbare än förutspått uppåt under år 2010. Tillväxten var starkast i Ryssland i och med ökade energipriser, men även de nordiska ländernas allmänna ekonomiska

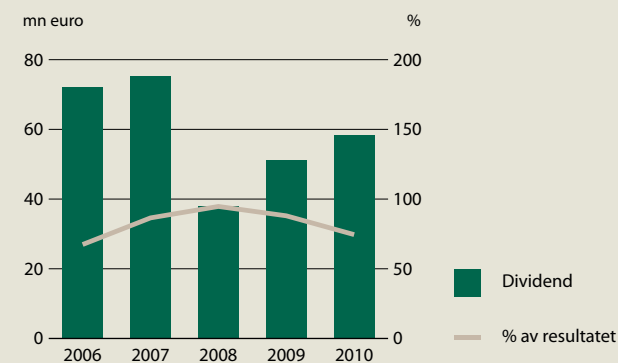
Omsättning 2006–2010



Vinst före skatter 2006–2010



Dividend för räkenskapsperioderna 2006–2010



utveckling var positiv. Mot slutet av året skedde en vändning även i de baltiska länderna.

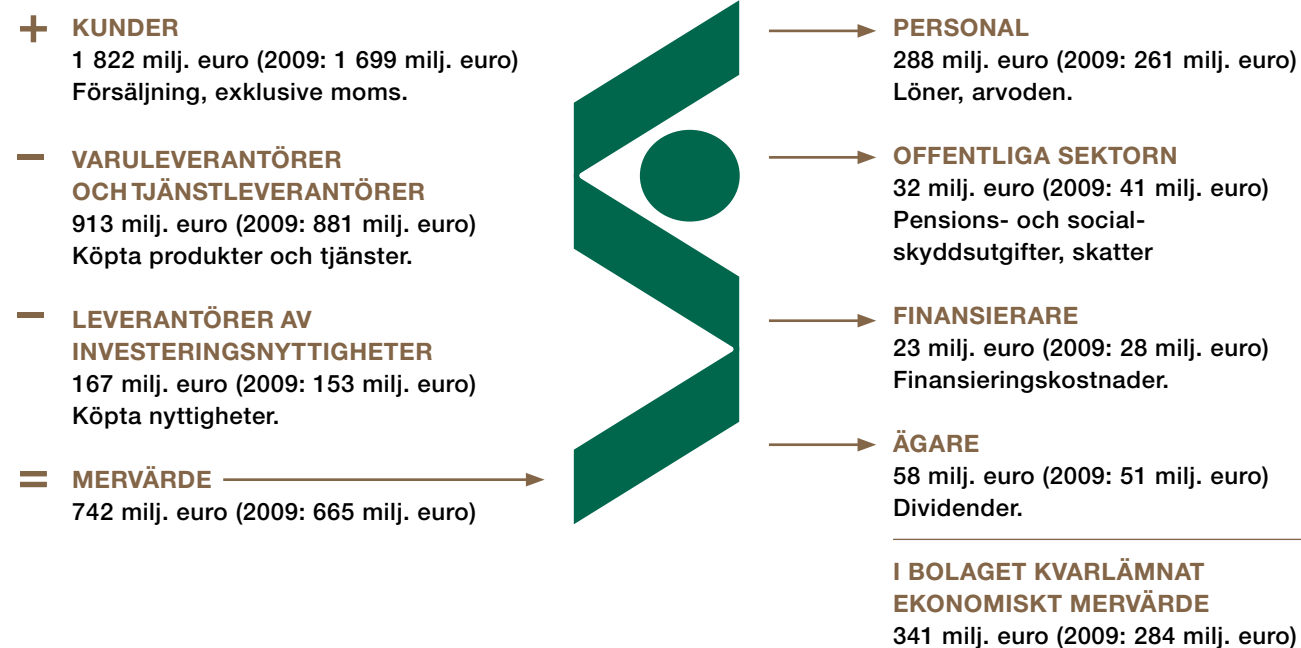
Återhämtningen i konsumtionsefterfrågan, förstärkt förtroende från konsumenternas sida och samtliga affärsenheters åtgärder för förstärkt konkurrensposition återspeglades i omsättningen som ökade med 7,3 procent under Stockmannkoncernens räkenskapsperiod. Tillväxten i varuhusgruppens omsättning fick fart tack vare de historiskt betydande investeringarna, Helsingforsvaruhusets utvidgnings- och förnyelseprojekt samt köpcentret Nevsky Centre i S:t Petersburg, som slutfördes mot slutet av året. Lindex och Seppäläs omsättning ökades tack vare öppnandet av nya butiker. Lindex öppnade 36 och Seppälä 12 butiker under år 2010.

Det omfattande utvidgnings- och förnyelseprojektet av varuhuset i Helsingfors centrum, vars byggarbete starta-

des år 2006, slutfördes planenligt under november 2010. Varuhusets kommersiella lokaler utvidgades med ca 10 000 kvadratmeter genom att bakgrundslokaler gjordes om för kommersiellt bruk och nya lokaler byggdes till. I S:t Petersburg lät Stockmann på sin egen tomt i stadens centrum bygga köpcentret Nevsky Centre, som till sin hela areal omfattar omkring 100 000 kvadratmeter. Invigningen av köpcentret firades 11.11.2010. Det finns sammanlagt omkring 50 000 kvadratmeter butiks- och kontorslokaler vid köpcentret, bl.a. ett Stockmannvaruhus med 20 000 kvadratmeter, butiker i modekedjorna Lindex, Seppälä och Bestseller samt över 70 andra butiker, restauranger och tjänster. Dessutom öppnades det femte Stockmannvaruhuset vid köpcentret Golden Babylon i norra Moskva i stadsdelen Rostokino under mars 2010.

Stockmannkoncernens rörelsevinst ökade med 3,7 mil-

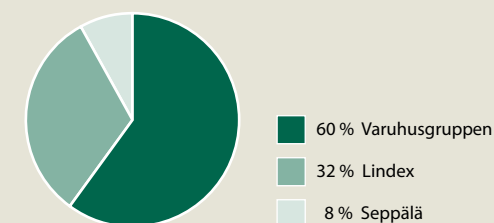
Ekonomiskt mervärde för intressentgrupper 2010



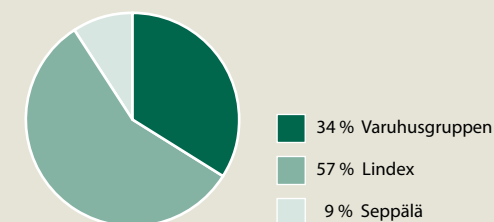
Ekonomiska nyckeltal

Milj. euro	2010	2009	2008
Rörelsevinst	88,8	85,3	121,9
Vinst före skatter	74,2	61,3	71,7
Dividender	58,3	51,2	38,0
Direkta skatter	-4,2	7,3	31,9
Material- och serviceanskaffning	913,0	880,8	971,7
Investeringar	165,4	152,8	182,3
Löner och arvoden	287,6	261,2	279,8
Pensionsutgifter	36,5	33,4	32,0
Personal i medeltal	15 165	14 656	15 669
Antal aktieägare 31.12	44 596	43 929	42 888

Omsättning per affärsenhet 2010



Rörelsevinst per affärsenhet 2010



joner euro under räkenskapsperioden och uppgick till 88,8 miljoner euro. Koncernen har i betydande grad tillgångar i svenska kronor som är skyddade för valutakursens ändringar genom lån i kronbelopp. Under år 2010 finansierades den övervägande delen av långfristiga lån på nytt. Som följd av minskade finansieringskostnader och förändrade skattebelopp ökade räkenskapsperiodens vinst tydligt mera än rörelsevinsten. Resultatet per aktie under räkenskapsperioden var 1,10 euro (2009: 0,82 euro) och i dividend utbetalades 0,80 euro per aktie.

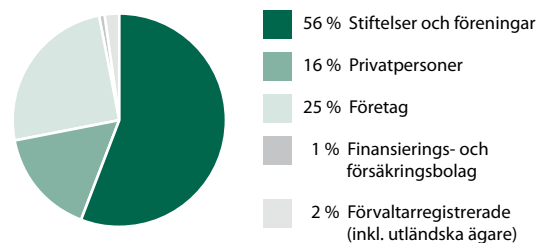
EKONOMISKA MÅL PÅ SIKT

Stockmanns mål är effektiv kapitalstruktur som säkerställer koncernens förutsättningar att agera på kapitalmarknaden under alla omständigheter, oavsett branschens konjunkturlägeskänslighet. Koncernen följer utvecklingen av sin kapitalstruktur med det egna kapitalets andel av det sammanlagda kapitalet: det strategiska målet är 40 procents andel eget kapital. I slutet av år 2010 var andelen kapital av det sammanlagda kapitalet 43 procent. De andra ekonomiska målen på längre sikt, som sträcker sig till år 2015, är att försäljningen ökar snabbare än marknaden, rörelsevinsten blir minst 12 procent av omsättningen och att det investerade kapitalet ger en avkastning på minst 20 procent.

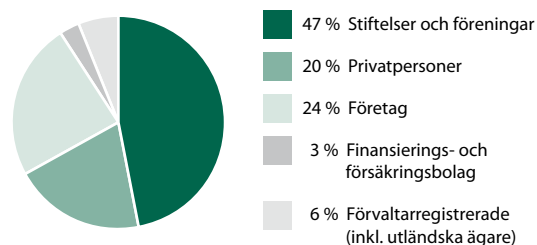
De största aktieägarna 31.12.2010

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

Fördelning av aktier enligt röster 2010



Fördelning av aktier enligt aktiemängd 2010



Rosa bandet är mycket mer än ett band

Stockmannkoncernen donerar årligen pengar till välgörande och andra allmännyttiga ändamål. 2010 stödde man speciellt finländsk utbildning genom att donera 20 000 euro till alla universitet som fungerar på orter där det finns Stockmannvaruhus, totalt 160 000 euro.

Välgörenhet stöds även tillsammans med kunderna. Lindex presenterade år 2010 Pink Collection-kollektionen som designats av den amerikanska Narciso Rodriguez, där 10 procent av försäljningspriset gick till Cancerfondens Rosa bandet-kampanj. Lindex och kunderna samlade en donation på sammanlagt nästan 800 000 euro i över 400 butiker för forskningsfonden för bröstcancer.

”För mig och andra som lidit av bröstcancer är Rosa bandet ett band för hopp och möjligheter”, säger Heidi, som jobbar i Lindex kundtjänst. Heidi insjuknade i bröstcancer som 25-åring. Cancern avancerade snabbt och var elakartad. Den krävde flera operationer, strålbehandling och medicinering. ”Sjukdomen tog mycket från mig, men gav ännu mera. Nu känner jag att jag lever mera än tidigare och gläds över dagen!”

Heidi är stolt över sin arbetsgivare: ”Jag tycker det är fantastiskt att Lindex engagerat sig i Rosa bandet-kampanjen. Det inspirerar och berör mig. Därför ville jag dela med mig min berättelse och tacka dem som deltagit i kampanjen.”



GRI-innehållsjämförelse

GRI-rekommendation		Stockmanns rapport		
Kod	GRI innehåll	Inkluderas	Sida	Ytterligare information
1.	Strategi och analys			
1.1	Verkställande direktörens översikt	Ja	4	
2.	Organisationsprofil			
2.1	Organisationens namn	Ja	5	
2.2	Huvudsakliga varumärken, produkter och tjänster	Ja	5	
2.3	Operativ struktur	Ja	5	
2.4	Huvudkontorets lokalisering	Ja	5	
2.5	Verksamhetsländer och -ställen	Ja	6	
2.6	Ägandeform och juridisk form	Ja	5, 22	Se även utredningen om förvaltnings- och styrsystemet i årsberättelsen 2010.
2.7	Marknader	Ja	5	
2.8	Den rapporterade organisationens storlek	Ja	6	
2.9	Betydande förändringar i organisationens storlek, struktur eller ägoandelar under rapportperioden	Ja		Hobby Halls verksamhet övergick till varuhusgruppen 1.1.2010, och Oy Hobby Hall Ab fusionerades med moderbolaget 30.6.2010.
2.10	Erhållna utmärkelser under rapportperioden	Ja	6	
3.	Rapporteringsprinciper			
3.1	Rapportperiod	Ja	5	
3.2	Datum för tidigare rapport	Ja	5	
3.3	Rapporteringscykel	Ja	5	
3.4	Kontaktinformation	Ja	25	
3.5	Definition av rapportens innehåll	Delvis	4–5	
3.6	Avgränsningar av rapporten	Ja	5	Awikelser redogjorda i samband med respektive nyckeltal.
3.7	Avgränsningar av rapportens omfattning	Ja		
3.8	Rapporteringsgrund för dotterbolag och hyrda lokalteter	Ja	5	Uthyrda affärsutrymmen i köpcentret Nevsky Centre ingår inte i rapporteringen.
3.10	Redovisning av förändringar i tidigare rapporterade uppgifter	Ja		Fr.o.m. 1.1.2010 rapporteras omsättning i stället för försäljning inklusive moms.
3.11	Betydande förändringar jämfört med tidigare rapportperioder	Ja	5	Den första rapporten enligt GRI-rekommendationen. Ändringar redogjorda i samband med respektive nyckeltal.

GRI-rekommendation		Stockmanns rapport		
Kod	GRI innehåll	Inkluderas	Sida	Ytterligare information
3.12	GRI-innehållsjämförelse	Ja	23-25	
4.	Styrning, åtaganden och engagemang			
4.1	Bolagsstyrningsstruktur	Ja		Utredning om förvaltnings- och styrsystemet i årsberättelsen.
4.2	Styrelseordförandens ställning	Ja		Utredning om förvaltnings- och styrsystemet i årsberättelsen.
4.3	Styrelseledamöternas oberoende	Ja		Utredning om förvaltnings- och styrsystemet i årsberättelsen.
4.4	Mekanismer för aktieägare och anställda att påverka styrelsen	Ja		Utredning om förvaltnings- och styrsystemet i årsberättelsen. Personalrepresentanterna har närvaro- och yttranderätt vid styrelsens möten.
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	20	
	Nyckeltal för miljöansvar			
EN1*	Materialförbrukning	Delvis	16	Rapporterad mängd förpackningsmaterial som förts på marknaden.
EN3*	Direkt energiförbrukning	Ja	16	
EN4*	Indirekt energiförbrukning	Ja	16	
EN5	Energiinbesparingar	Delvis		
EN8*	Vattenuttag	Ja	17	
EN16*	Direkta och indirekta utsläpp av växthusgaser	Ja	19	
EN17*	Andra relevanta indirekta utsläpp av växthusgaser	Ja	19	
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	8	
LA2*	Personalomsättning	Ja	8	
LA7*	Olycksfall, yrkessjukdomar, olycksfall med medföljande frånvaro, dödsolyckor frånvarofrekvens	Delvis	9	

GRI-rekommendation		Stockmanns rapport		
Kod	GRI innehåll	Inkluderas	Sida	Ytterligare information
LA11	Program för kompetensutveckling	Delvis	8-9	
	Mänskliga rättigheter			
HR2*	Leverantörer som granskats beträffande mänskliga rättigheter	Delvis	12	Inkluderat i BSCI-auditeringar.
	Produktansvar			
PR8	Klagomål gällande kundintegritet och klagomål beträffande försvinnande av kunduppgifter	Ja	20	

* GRI-direktivets rekommenderade nyckeltal

Förfrågningar:
 Stockmann, Informationsavdelningen
 PB 70, 00621 Helsingfors
 Telefon (09) 121 3089
 Fax (09) 121 3153
 E-post info@stockmann.com



STOCKMANN

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