

S T O

C K M

A N N



CSR 2016

INNEHÅLL

Vårt engagemang	4
CSR-strategi	5
Rapporteringsprinciper och väsentlighet	8
Intressentengagemang	9
Kunder	10
Medarbetare	14
Produkter	23
Miljö	32
Ekonomi och styrning	39
GRI-innehållsindex	43



Vårt år
2016



Ekonomisk översikt
2016



Förvaltning
2016

OM RAPPORTEN

Stockmannkoncernens rapportering består av fyra rapporter: Affärsrapporten "Vårt år 2016", Bokslut, Förvaltning och den här rapporten om företagsansvar, i vilka våra CSR-relaterade teman, mål och resultat presenteras enligt Global Reporting Initiative (GRI) G4-riktlinjerna.

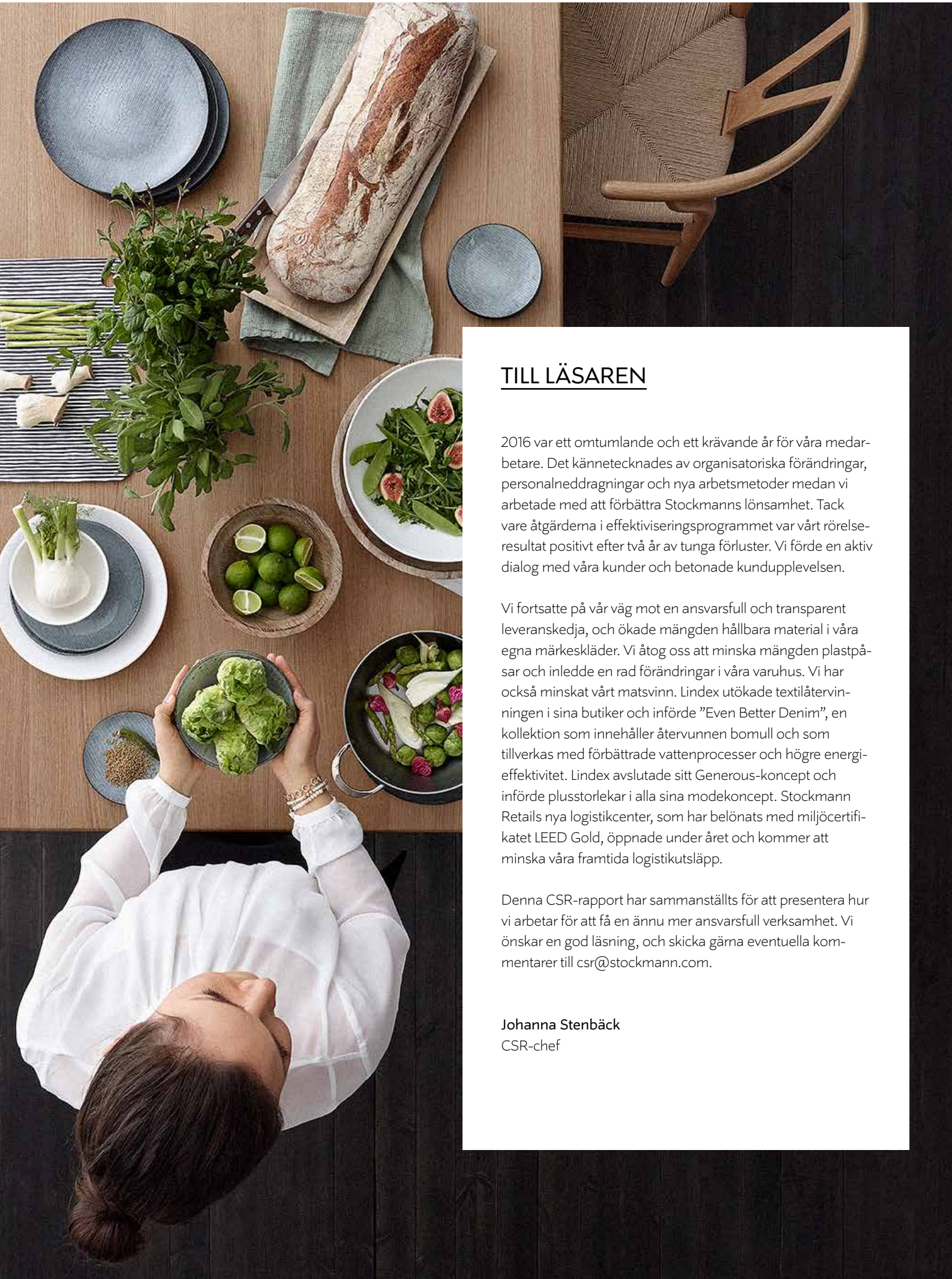
VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN

"Stockmann stödjer FN:s initiativ Global Compact. I enlighet med detta främjar Stockmann mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och arbete mot korruption. Denna rapport utgör även Stockmannkoncernens Communication on Progress (COP), dvs. information om utvecklingen, för Global Compact."

Lauri Veijalainen
verkställande direktör

Verkställande direktörens hela översikt finns tillgänglig i affärsrapporten "Vårt år 2016."

 **LÄS ALLA**
årliga rapporter på
ar2016.stockmanngroup.com



TILL LÄSAREN

2016 var ett omtumlande och ett krävande år för våra medarbetare. Det kännetecknades av organisatoriska förändringar, personalneddragningar och nya arbetsmetoder medan vi arbetade med att förbättra Stockmanns lönsamhet. Tack vare åtgärderna i effektiviseringsprogrammet var vårt rörelseresultat positivt efter två år av tunga förluster. Vi förde en aktiv dialog med våra kunder och betonade kundupplevelsen.

Vi fortsatte på vår väg mot en ansvarsfull och transparent leveranskedja, och ökade mängden hållbara material i våra egna märkeskläder. Vi åtog oss att minska mängden plastpåsar och inledde en rad förändringar i våra varuhus. Vi har också minskat vårt matsvinn. Lindex utökade textilåtervinningen i sina butiker och införde "Even Better Denim", en kollektion som innehåller återvunnen bomull och som tillverkas med förbättrade vattenprocesser och högre energieffektivitet. Lindex avslutade sitt Generous-koncept och införde plusstorlekar i alla sina modekoncept. Stockmann Retails nya logistikcenter, som har belönats med miljöcertifikatet LEED Gold, öppnade under året och kommer att minska våra framtida logistikutsläpp.

Denna CSR-rapport har sammanställts för att presentera hur vi arbetar för att få en ännu mer ansvarsfull verksamhet. Vi önskar en god läsning, och skicka gärna eventuella kommentarer till csr@stockmann.com.

Johanna Stenbäck
CSR-chef

VÅRT ENGAGEMANG

Ett engagemang för en ansvarsfull verksamhet är centralt för Stockmanns värderingar och dagliga arbetssätt. Vårt löfte till kunderna är att tillhandahålla en förstklassig shoppingupplevelse i varuhus, modebutiker och onlinebutiker. I vårt CSR-arbete innebär detta ett engagemang för hållbar utveckling och att erbjuda våra kunder ansvarsfulla shoppingupplevelser.

CSR-arbetet täcker hela värdekedjan för Stockmanns verksamhet. Ansvar börjar i leveranskedjan, från att säkerställa säkra arbetsförhållanden till att minimera miljöpåverkan och ge våra kunder möjligheten att köpa ansvarsfullt tillverkade produkter i vårt utbud. Vi sätter kunden i centrum och tar hänsyn såväl till medarbetarnas välbefinnande som till miljöaspekterna. Vi garanterar säkerheten hos våra produkter och inspirerar våra kunder till ansvarsfulla val.

Vägledande i arbetet är Stockmanns strategi och värderingar, CSR-strategin samt nationella lagar och förordningar i de länder där vi är verksamma. Av de internationella avtal och rekommendationer som styr arbetet är vårt åtagande att följa principerna i FN:s Global Compact viktigast. Principerna i Stockmanns uppförandekod definierar vårt sätt att arbeta för alla

medarbetare och chefer, utan undantag. Stockmann kräver även att dess leverantörer och partner följer dessa principer.

Vårt CSR-arbete är systematiskt och förbättras ständigt. Öppen dialog och samarbete med våra intressenter, samt kommunikation och rapportering om våra framsteg inom arbetet för en ansvarsfull verksamhet, utgör en viktig del av CSR-arbetet.

Vårt CSR-arbete fokuserar på det som är viktigast och mest väsentligt för vår verksamhet. Väsentlighetsaspekter och överenskomna CSR-teman skapar en systematisk och bestående grund för Stockmanns strategi för företagsansvar.

FN:S HÅLLBARA UTVECKLINGSMÅL

Stockmann har åtagit sig att verka enligt FN:s hållbara utvecklingsmål (SDG), vilka antogs av FN:s generalförsamling 2015. Dessa mål, som är en del av den nya agendan för hållbar utveckling i syfte att utrota fattigdom, bevara planeten och säkerställa välgång för alla, innefattar en uppsättning med 17 ambitiösa mål om hållbar utveckling som ska uppnås till 2030. Vi har identifierat fyra mål som är de viktigaste för vår verksamhet och som vi har störst möjlighet att påverka.

HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Vårt viktigaste mål införlivar vår CSR-vision att erbjuda våra kunder ansvarsfulla shoppingupplevelser och vårt långsiktiga engagemang för en ansvarsfull och transparent leveranskedja.



ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Att förbättra energieffektiviteten och minska klimatförändringarna genom att fastställa utsläppsmål är centralt för Stockmanns miljöarbete.



BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

Att förbättra energieffektiviteten och minska klimatförändringarna genom att fastställa utsläppsmål är centralt för Stockmanns miljöarbete.



GENOMFÖRANDE OCH GLOBALT PARTNERSKAP

Vi gör detta tillsammans: våra kunder, medarbetare, aktieägare, leverantörer, myndigheter liksom andra organisationer och partner har alla en viktig roll att spela i arbetet med att uppnå målen.



VÅR CSR-VISION //

VI ERBJUDER VÅRA KUNDER
ANSVARSFULLA KÖPUPPLEVELSER.
VI HAR FÖRBUNDIT OSS ATT JOBBA FÖR
EN HÅLLBAR FRAMTID.

CSR-STRATEGI

I CSR-strategin definieras Stockmanns prioriteringar och mål för ansvarsarbetet. I vår CSR-strategi för 2016–2018 fastställer vi tydliga mål med konkreta åtgärder för att ytterligare stärka bilden av oss som ett ansvarstagande företag.

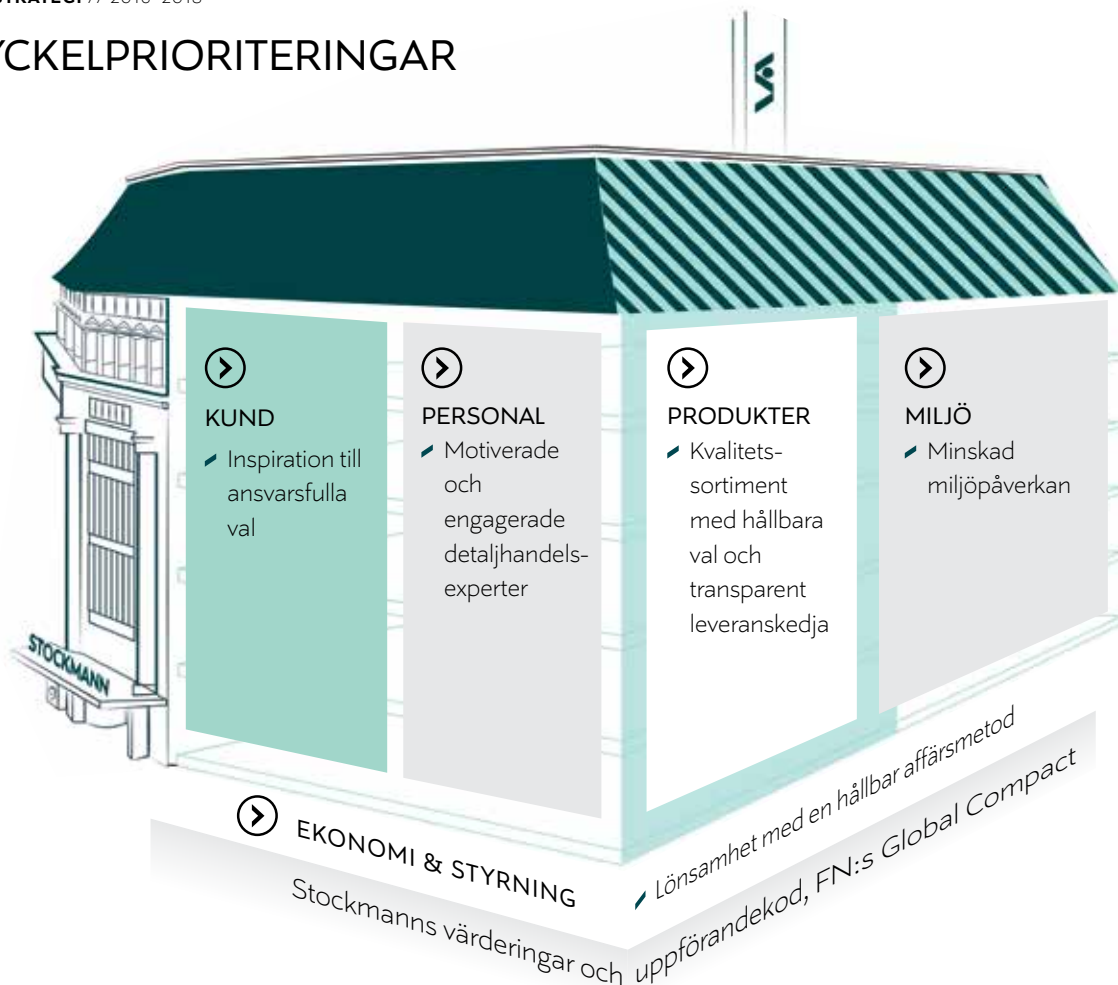
Dessa mål beskrivs närmare på följande sidor och har fastställts i syfte att stödja koncernens strategi och målen för vår affärsverksamhet genom större kundfokus och ökad effektivitet. Vi arbetar hårt för att nå dessa mål, som är samlade i fem väsentliga CSR-teman och omfattar hela värdekedjan. CSR-strategin antogs av Stockmanns ledningsgrupp i början av 2016, medan de specifika målen, åtgärds punkterna och nyckeltalen fastställ-

des under året. Stockmanns affärsstrategi, värderingar, uppförandekod, väsentlighetsanalys och de tio principerna i FN:s Global Compact utgör grunden för Stockmanns CSR-strategi.

Lindex ambition är att bli erkänd som en ledande modetaljhandlare och ses som ett av branschens mest hållbara, öppna och pålitliga företag. Lindex vill vara med och utveckla branschen och driva på förändringsarbetet. I de ambitiösa målen för fibrer, processer och tillverkning ingår ett åtagande att tillverka 80 procent av Lindex sortiment av mer hållbara källor 2020, och att köpa in 100 procent av bomullen som ekologisk bomull, BCI-bomull (Better Cotton Initiative) eller återvunnen bomull. Hållbarhet beaktas ur ett livscykelperspektiv, från ursprunglig design till återanvändning och återvinning när kläderna inte längre går att använda.

CSR-STRATEGI // 2016–2018

NYCKELPRIORITERINGAR



CSR- TEMAN	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL OCH RESULTAT 2016	STATUS
KUND INSPIRATION TILL ANSVARS- FULLA VAL	Vi för en pågående dialog för att öka kundnöjdheten	Vi fortsatte den aktiva dialogen med alla intressenter. Vår NPS var 40 – en förbättring, men ännu inte i nivå med det långsiktiga målet på 60 (skala -100 till +100).	● Målet uppfylldes inte
	Vi berättar om CSR-arbetet och hållbara val	Vi informerade om hållbara val och CSR-arbetet via våra kanaler, inklusive rapporter, webbplatsen, sociala medier, svar på frågor från kunder, media och icke-statliga organisationer samt genom utbildning av säljpersonal. Målet är att ytterligare inspirera våra kunder till ansvarsfulla val.	● Pågående
	Vi engagerar oss regelbundet i CSR- och välgörenhetsprojekt	Vi donerade provprodukter, material och mat via våra välgörenhetspartner och engagerade oss i välgörenhetsprojekt som Lindex Rosa Bandet och uppföljningskampanjer.	● Målet uppfyllt
	Vi säkerställer kundens integritet	Noll kränkningar av kundens integritet inträffade, vilket var målet.	● Målet uppfyllt
PERSONAL MOTIVERADE OCH ENGAGERADE DETALJ- HANDELS- EXPERTER	Vi ökar välbefinnandet på arbetet	Framsteg gjordes, men Stockmanns OHI-poäng (Organizational Health Index) på 38 uppfyllde inte målet på 50 (skala 0-100).	● Målet uppfylldes inte
	Vi uppmanar till tydliga roller och mål på arbetet	85 procent av personalen på Stockmann Retail och Real Estate i Finland hade utvecklingssamtal. Målet är 100 procent. Alla fast anställda på Lindex har årliga utvecklingssamtal med sina chefer.	● Pågående
	Vi säkerställer en säker arbetsmiljö	I Finland inträffade sammanlagt 148 (127) rapporterade arbetsplatsolyckor, och dessutom 86 olyckor på väg till och från arbetsplatsen. I Sverige inträffade sammanlagt 62 (113) rapporterade arbetsplatsolyckor, inklusive på väg till och från arbetsplatsen. Ingen av olyckorna ledde till allvarliga skador. Ett ytterligare mål för att minska antalet arbetsplatsolyckor kommer att fastställas 2017.	● Mål ska fastställas
PRODUKTER KVALITETS- SORTIMENT MED HÅLLBARA VAL OCH EN TRANSPARENT LEVERANS- KEDJA	Vi erbjuder ett brett utbud av säkra och tillförlitliga kvalitetsprodukter	Det skedde inga produktåterkallelser bland våra egna märkesprodukter, vilket var målet.	● Målet uppfyllt
	Vi marknadsför hållbara varumärken och miljövänliga produkter	Vi delade med oss av information om hållbara val genom våra kanaler. Vårt mål är att göra de hållbara varumärkena och miljövänliga produkterna i vårt utbud mer välkända bland kunder som värdesätter dem.	● Pågående
	Vi har ett konkurrenskraftigt utbud av ekologiska produkter	Andelen försäljning av ekologisk mat växte till 4,4 procent av den totala matförsäljningen och låg på samma nivå som föregående år (4,6 procent), vilket var målet. Det är på en branschledande nivå, jämfört med det finska genomsnittet på 2,0 procent*. *) Uppskattningen gjord av Pro Luomu.	● Målet uppfyllt
	Vi ökar användningen av hållbara material i kläder i våra egna varumärken	Över 50 procent av Lindex sortiment tillverkas av hållbara material. Målet är att 80 procent av Lindex kläder ska tillverkas av hållbara material till 2020. Cirka 90 procent av Lindex bomull är mer hållbar, som den ekologiska och Better Cotton. Målet är att nå 100 procent till 2020. Under 2016 lanserade Lindex Even Better Denim-stilar, som innehåller mer hållbar bomull och återvunnen bomull, vilket innebär att vi kommer ett steg närmare att sluta materialcykeln. Idag utgörs 100 procent av Lindex denimsortiment av Better Denim, vilket innebär att det är tillverkat av mer hållbara material och med processer som kräver mindre vatten, energi och kemikalier. 2016 sålde Lindex cirka 28 miljoner plagg som var tillverkade av hållbara material.	● Pågående

CSR- TEMAN	MÅL OCH ÅTGÄRDPUNKTER	NYCKELTAL OCH RESULTAT 2016	STATUS
PRODUKTER KVALITETS- SORTIMENT MED HÅLLBARA VAL OCH EN TRANSPARENT LEVERANS- KEDJA	Vi ökar användningen av hållbara material i kläder i våra egna varumärken	Plagg som är tillverkade av ekologisk bomull kommer att lanseras i vårkollektionen för 2017 hos Stockmanns egna varumärken, inklusive NOOM kvinnokläder och Bogi, Cube&CO samt Bel barnkläder. Målet är att öka användningen av hållbara material i våra egna varumärkesplagg.	● Pågående
	Vi förbättrar insynen i våra egna varumärkens leveranskedja	Vi offentliggjorde en utförlig lista över leverantörer och fabriker för våra egna modemärken, vilket var målet. Området för hemprodukter ska ingå vid slutet av 2018.	● Pågående
	Vi samarbetar för att förbättra arbetsförhållandena i våra egna varumärkens leverantörsnätverk	Vi fortsatte att arbeta mot målet att 100 procent av leverantörer och fabriker för våra egna varumärken ska underteckna Stockmanns uppförandekod, och att producenter i riskområden ska underteckna BSCI:s uppförandekod samt vara granskade av BSCI till slutet av 2018.	● Pågående
MILJÖN MINSKAD MILJÖ- PÅVERKAN	Vi fortsätter förbättra vår energieffektivitet	Vi nådde målet om en minskad energiförbrukning på 9 procent, vilket vi förbundit oss till i den finska detaljhandelssektorns energieffektivitetsavtal för 2009–2016. Vårt nästa mål är att förbättra energieffektiviteten hos våra fastigheter med 4 procent till 2020.	● Pågående
	Vi minskar miljöpåverkan från vår logistik	Vi tog sikte mot målet att minska transportutsläppen inom landet med 10 procent till 2018 med en betydande minskning av mängden transportlast.	● Pågående
	Vi minimerar avfall och hittar nya möjligheter att återanvända och återvinna	Vi fortsatte minska matsvinnet i linje med målet att reducera det med 25 procent till 2018. Under 2016 minskade mängden biologiskt nedbrytbart avfall under ytterligare ett år i rad, nu med 15 procent. 70,5 procent av det avfall som Stockmanns varuhus i Finland genererade återvanns, vilket överträffade målet på 70 procent. Vi gynnade återvinning genom att donera produkter, material och mat till välgörenhet. Med vår nya partner i Uleåborg nådde vi målet att ha minst en matdonationspartner på varje Delikatessen.	● Målet uppfyllt
EKONOMI & STYRNING LÖNSAMHET MED EN HÅLLBAR AFFÄRSMETOD	Vi arbetar för en etisk och transparent drift genom Stockmanns uppförandekod, FN:s Global Compact och Business Social Compliance Initiative (BSCI). Detta arbete omfattar alla våra medarbetare, leverantörer, hyresgäster och övriga partner.	Vi fortsatte satsningen på vår e-utbildning om uppförandekoden. Vid årets slut hade 33 procent av Stockmanns stödfunktioner och varuhuschefer genomfört utbildningen. Ytterligare satsningar har planerats för 2017 för att nå målet att 100 procent av koncernens personal ska ha gått utbildningen vid slutet av 2018. Vi fortsatte arbetet mot målet att 100 procent av leverantörerna ska ha undertecknat Stockmanns uppförandekod och att leverantörer i riskområden ska ha undertecknat BSCI:s uppförandekod vid slutet av 2018.	● Pågående
	Vi tillför ekonomiskt värde till alla våra intressenter.	Vi gick återigen med vinst och koncernens justerade rörelseresultat för 2016 steg till 20,2 MEUR (-28,5 MEUR). Nettoresultatet för året var fortsatt negativt och styrelsen föreslog att ingen utdelning skulle ske till aktieägarna. Leverantörer och personal är fortsatt de intressegrupper som tillförs det största ekonomiska värdet: köp från leverantörer låg på 981,4 MEUR och kostnader för anställningsförmåner uppgick till 250,8 MEUR under 2016.	● Pågående
	Vi tillhandahåller en transparent och pålitlig CSR-kommunikation med en helhetssyn.	Vi uppdaterade rapporteringen genom att publicera integrerade granskningar av affärsverksamheten, de ekonomiska resultaten, styrningen och CSR. Genom att vi nått denna milstolpe har vi lagt en god grund för målet att publicera en fullständigt integrerad rapport för år 2018. Vi ökade transparensen genom att publicera detaljerad information om CSR-strategimål.	● Pågående
	Vi utför en bedömning av mänskliga rättigheter med de viktigaste intressentgrupperna.	En självvärdering genomfördes i Lindex verksamhetsländer sent 2016, för att studera efterlevnaden av mänskliga rättigheter. Studien var det första steget mot vårt mål att en utvärdering av mänskliga rättigheter tillsammans med våra viktigaste intresseorganisationer ska vara genomförd till slutet av 2018.	● Pågående

RAPPORTERINGSPRINCIPER OCH VÄSENTLIGHET

Den här rapporten om företagsansvar (CSR) för 2016 ingår i Stockmannkoncernens årliga rapportering, som består av fyra rapporter: Affärsrapporten "Vårt år 2016", Bokslut, Förvaltning och den här rapporten om företagsansvar, i vilka fokusområden och resultat från Stockmannkoncernens ansvarsarbete presenteras i enlighet med GRI G4-riktlinjerna. Rapporten riktar sig till våra viktigaste intressenter och publiceras årligen.

RAPPORTERINGSPRINCIPER

Rapportperioden är räkenskapsperioden från den 1 januari till den 31 december 2016. Den föregående rapporten, som avsåg 2015, publicerades den 23 februari 2016.

CSR-rapporten för 2016 omfattar hela Stockmannkoncernen egen verksamhet, som under 2016 bestod av tre affärsenheter – Stockmann Retail, Real Estate och Lindex – i 17 länder, koncernens gemensamma funktioner och huvudkontor i Helsingfors, samt inköpskontoren i fem länder i Asien. Siffrorna som rapporterats i CSR-granskningen omfattar inga varuhus i Ryssland på grund av avyttringen 1 februari 2016. Den omfattar inte heller några Lindex-butiker i Ryssland, vilka stängdes i maj 2016.

Leveranskedjan behandlas i den omfattning som anges i väsentlighetsanalysen. Rapporten innehåller inte information om Lindex franchisingbutiker. Det finns totalt 37 franchisingbutiker i sex länder, vilka leds av fem franchisingpartner.

GRI-indikatorer har valts baserat på väsentlighet.

GRI-innehållsindex anges i slutet av rapporten.

Vårt mål är att rapportera relevanta indikatorer för de viktigaste verksamhetsländerna, vilka är Finland och Sverige baserat på omsättning och antalet anställda. På grund av skillnader i rapporteringen mellan affärsenheterna, rapporteras vissa indikatorer som beskriver personalen och miljön endast för Finland, som stod för 45 (52) procent av intäkterna 2016 och 40 (46) procent av personalen vid årsslutet. Dessa avvikelser samt principerna för redovisning och mätning beskrivs i samband med den aktuella indikatorn. Målet är att gradvis expandera och samordna rapporteringen så att den blir mer heltäckande.

Den här CSR-rapporten från Stockmann följer Global Reporting Initiatives (GRI) G4-riktlinjer och riktlinjernas Core-al-

ternativ. Rapporten har inte granskats i sin helhet av en tredje part. De finansiella indikatorer som presenteras i bokslutet har granskats externt. De specifika standardupplysningarna för G4 presenteras under Stockmanns fem CSR-teman.

Stockmanns dotterbolag Lindex ger ut en egen CSR-rapport med mer detaljerad information om bolagets CSR-arbete och det finns även mer information på webbplatsen lindex.com.

VÄSENTLIGHETSBEDÖMNING

Vårt arbete fokuserar på de CSR-ämnen och -aktiviteter som är viktigast, eller mest relevanta, för vår verksamhet. Att bedöma väsentligheter är en pågående process hos Stockmann. Under åren 2012–2014 definierade Stockmann sina väsentliga hållbarhetsaspekter för att rapportera i enlighet med kraven i rapporteringsriktlinjerna GRI G4. 31 väsentlighetsaspekter identifierades och kategoriserades sedan efter fem CSR-teman: kunder, medarbetare, produkter, miljö, ekonomi och styrning. Dessa teman definierade även innehållet och strukturen för den här CSR-rapporten. Processen för väsentlighetsbedömningen beskrivs i sin helhet på koncernens webbplats och i föregående CSR-rapport för 2015.

Under förberedelserna av Stockmanns CSR-strategi för 2016–2018 reviderades, omvärderades och uppdaterades dessa CSR-teman efter behov.

I syfte att bedöma aspekter som är specifika för Lindex verksamhet utför bolaget kontinuerligt en egen väsentlighetsbedömning för att få kunskap från sina intressenter och för att komplettera koncernens väsentlighetsbedömning. Under 2016 inledde Lindex en intressentbedömning som kommer att fortsätta under 2017. Även om resultaten visade att det fanns skillnader mellan intressentgrupper lade alla störst vikt vid aspekter kopplade till Lindex produkter under deras livscykel, som materialval, produktsäkerhet och sociala förhållanden under produktionen. Detta har lett till att Lindex hållbarhetsrapportering kommer att fokusera på frågor som rör produkternas livscykel.

INTRESSENTENGAGEMANG

Stockmann har en aktiv och pågående dialog med sina intressenter för att stärka relationerna och bättre kunna leva upp till förväntningar. I vårt arbete med CSR-strategin har vi identifierat de fem intressentgrupper som mest påverkar, och påverkas av, verksamheten. Dessa grupper och vår dialog med dem beskrivs nedan.

KUNDER

Kunderna är våra viktigaste intressenter och ett av våra värden är att inspirera dem. Vi har en direkt dialog med våra kunder i butikerna och genom kundservice och sociala medier hundratals gånger varje dag. Vi genomför kundenkäter och har en kundpanel så att Stockmanns varuhus bättre ska kunna förstå våra kunders behov och förväntningar på Stockmann. Vi uppmuntrar kunderna att dela med sig av sina idéer. Ett exempel på detta är det program för kundexperter på sociala medier som lanserades i början av 2016 under arbetet med att planera och utveckla det nya varuhuset i Hagalund, som öppnas i början av 2017. Vi sprider information via kundkontakter och kundservice, webbplatsen, trycksaker och rapporter.

PERSONAL

Vi värdesätter våra medarbetare och deras engagemang i vårt bolag. Vårt mål är att vara en eftertraktad arbetsgivare på arbetsmarknaden. 2016 var ett omtumlande år för våra medarbetare med organisatoriska förändringar och nya arbetsmetoder. Medarbetarnas välbefinnande och förmåga att hantera den ökade arbetsbelastningen på grund av ständiga förändringar har lyfts fram av Stockmanns personal och är en fråga som ledningen tagit fasta på. Vi har en ständig dialog med våra medarbetare och arbetar kontinuerligt för att förbättra atmosfären på arbetsplatsen. Under året har koncernens medarbetare medverkat i dialoger och andra sammanhang på olika sätt genom en mängd kanaler, bland annat på intranätet, i teammöten och informationsmöten för stora grupper. Stockmann har närvarat vid personaldiskussioner och låtit personalen göra sin röst hörd genom enkäter, exempelvis en OHI-undersökning (Organizational Health Index). Kickoffen "New Stockmann" organiserades på alla varuhus och Takomotie-kontoret under hösten.

AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE

Stockmann strävar efter att vara ett attraktivt och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden. De viktigaste frågorna som tas upp av aktieägare och investerare berör det ekonomiska resultatet, genomförande av strategier, kursutveckling och utdelning. Intresset för hållbarhetsfrågorna har ökat något under de senaste åren och omfattar bland annat kund- och medarbetarnöjdhet. Vi ger aktieägare och investerare den information som

krävs för börsnoterade bolag genom börsmeddelanden, finansiella rapporter och årsrapporter på koncernens webbplats, i webbsändningar och i form av återkommande möten för investerare. Bolagsstämman hålls normalt i mars.

VARULEVERANTÖRER OCH TJÄNSTEFÖRETAG

Långvariga relationer med varuleverantörer och tjänsteföretag är en av nycklarna till vårt hållbarhetsarbete och vår kontinuerlig förbättring av produktionen. Vi strävar efter att utveckla våra partnerskap så att vi kan garantera goda förutsättningar för affärsverksamheten för alla parter och bästa möjliga service till våra kunder. Alla leverantörer och tjänsteföretag förväntas följa Stockmanns uppförandekod. Vi för en aktiv direkt dialog med leverantörerna och tillverkarna av våra egna varumärken via våra lokala inköpskontor i form av möten och workshops, regelbundna besök hos leverantörer och i samband med granskningar av fabriker och produktionsanläggningar. Vi uppmuntrar våra leverantörer att delta i kurser och workshops som Business Social Compliance Initiative (BSCI) arrangerar. Vi träffar regelbundet internationella och inhemska varumärkesleverantörer under inköpsförhandlingarna, där även hållbarhetsfrågor tas upp.

MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER

Medverkan i olika nätverk, medlemskap i organisationer och andra metoder ger tillfälle till dialog med myndigheter och organisationer om förbättringsarbete och utvecklingsprojekt. Vi samarbetar med icke-statliga organisationer och delar i olika former av välgörenhetsarbete. Vi publicerar allmän information på vår webbplats, besvarar specifika förfrågningar och deltar i seminarier.

VIKTIGA ÄMNINGEN SOM TAGITS UPP UNDER 2016

Bland de ämnen och frågor som rör hållbarhet som togs upp av våra intressenter under 2016 fanns exempelvis snabbhet och tillgänglighet för kundtjänsten, kundnöjdhet, medarbetarnas välbefinnande och arbetsbörda, mänskliga rättigheter och sociala förhållanden i leveranskedjan för textilier och matprodukter, risker rörande mänskliga rättigheter vid bomullsproduktion och materialens spårbarhet, skydd av rättigheterna för syriska flyktingar i turkiska leveranskedjor, hållbara material och certifikat i allmänhet, pälsprodukter i vårt sortiment, kemikalier i kläder och kosmetik, användning av plastpåsar, matavfall, val av hållbarhets-certifierade produkter som choklad och kaffe, djurrättsfrågor rörande halalkött, förpackning av beställningar i onlinebutiken stockmann.com, återvinning och socialt engagemang. Fler frågor och Stockmanns svar på dem presenteras i respektive avsnitt i rapporten.

KUNDER

Kunderna är Stockmanns viktigaste intressenter och ett av bolagets värden är att inspirera våra kunder. Vi värdesätter och lyssnar på våra kunder och gör varje kundmöte speciellt. Vi vill förbättra vår dialog med våra kunder för att bättre förstå deras behov och förväntningar gentemot Stockmann. Stockmann tillämpar gällande konkurrens- och integritetslagstiftning i sin verksamhet och främjar fri konkurrens inom sin bransch.

KUNDBELÅTENHET

Stockmannvaruhusen är kända för sin kundfokuserade service. En utomordentlig och professionell kundservice uppnås genom regelbunden personalutbildning, börjandes från omfattande introduktion. Stockmanns värde "Vi inspirera våra kunder" vägleder tydligt bolagets verksamhet. Vi koncentrerar oss på att leverera en förstklassig service som överträffar kundernas förväntningar. Koncernens affärsenheter utvecklar verksamheten på basis av kundenkäter och respons från kunder samt personalen. Informationen om kundrelationerna utnyttjas för att förbättra kundservicen och försäljningen, i den dagliga arbetsledningen, kompetensutvecklingen, vid ersättning och engagering samt vid utformningen av utbildningsprogrammen.

PR5 RESULTAT FRÅN UNDERSÖKNINGAR OM KUNDNÖJDHET

I Stockmannvaruhusen är mätning av kundbelåtenhet en pågående process. Den kunskap vi erhåller genom att mäta kundbelåtenhet och genom att ta emot åsikter är värdefull och ger oss möjlighet att t.ex. identifiera utvecklingsområden. All respons som fås via kundkontakter och tas emot via telefon, e-post eller sociala medier samlas på ett ställe för analys.

År 2015 har vi börjat systematiskt mäta kundbelåtenhet via Net Promoter Score (NPS)-undersökningar. Under året har vi skickat ut tusentals kundenkäter och svarsfrekvensen var hög. NPS är också en av våra strategiska prestationsmätare. Läs också stycket Förbättrad kundnöjdhet som mål.

Teman som fått mest respons i enheten Stockmann Retail var Galna Dagar-kampanjen, nätbutiken och dess logistik och kundservicen överlag. Den interna kommunikationen från varuhusen till inköpen och resten av organisationen har förbättrats. Varuhusens personal har tillgång till pekplattor, med vilka försäljarna snabbt kan förmedla vidare kundernas respons och önskemål om till exempel produkter och varumärken.

Stockmann använder en kundpanel, genom vilken kunderna binds vid Stockmanns verksamhet. Till den år 2014 bildade kundpanelen hör tusentals stamkunder.



FÖRBÄTTRAD KUNDNÖJDHET SOM MÅL

Kundernas åsikter är mycket viktiga för oss. Vi får en stor mängd feedback: vi svarar varje dag på hundratals kontakter via telefon, e-post och på sociala medier. Vi skickar varje vecka förfrågningar till stamkunder som besökt våra varuhus och ber dem att utvärdera shoppingupplevelsen. Vi samlar in feedback på kundtillfredställelsen genom muntliga kundförfrågningar i varuhusen, på sociala medier samt genom otaliga kundmöten i varuhusen. Vi vill förstå våra kunders behov och förväntningar bättre och utvecklar vår verksamhet i enlighet därmed. Till exempel med hjälp av försäljarnas pekplatta kan försäljaren enkelt föra vidare kundrespons erhållen vid försäljningssituationen. Kundresponsen och -tillfredsställelsen följs upp på veckobasis i varuhusen, och därutöver granskas situationerna avdelningsvis på månadsbasis för att säkerställa ett tillräckligt urval.

Mätning av kundupplevelsen kompletteras av Net Promoter Score (NPS)-talet, som berättar om kundens vilja att rekommendera Stockmann till sina vänner eller bekanta. Indikatorn har ett intervall mellan -100 och +100. I slutet av år 2016 var Stockmanns NPS-tal 40, som inte uppnådde det uppsatta målet 60. Riktning är ändå rätt, och vi fortsätter våra ansträngningar för att förbättra kundnöjdheten.

Kundbelåtenhet är kärnan i verksamheten, och för att förstå kundernas synpunkter har nya verktyg tagits i bruk. Under våren tog Delikatessen i testbruk en mobilapplikation för kundrespons. Kunderna kan kontakta oss via responskanaler och sociala nätverk, och alla som begärs svar kontaktas. Stockmann och Lindex använder sina egna separat kundresponskanaler.



BÄTTRE SERVICE MED DIGITALA VERKTYG

År 2016 förde med sig ett antal förbättringar till den flerkanaliga kundupplevelsen. Med hjälp av pekplattan som personalen på varuhusens mode-, kosmetik- och hemavdelningar och i Delikatesserna har, kan försäljaren kontrollera bl.a. produktinformation, produkttillgänglighet och göra produktreserveringar och -beställningar från lagret eller från andra varuhus. Genom pekplattan kan försäljarna också snabbt kontrollera information om kampanjer, evenemang, försäljningsnyheter eller utbildningsmaterial samt följa Stockmanns annonsering och inlägg på sociala medier. Via den interna responskanalen kan försäljaren förmedla kundrespons eller t.ex. en önskan gällande produkter omedelbart vidare.

Pekplattorna togs i Finland i bruk under hösten 2015 och i slutet av år 2016 fanns det nästan 800 pekplattor i bruk. De anställda har varit nöjda med det nya verktyget och för hur den stöder försäljningsarbetet. Användningen av pekplattor inleddes i varuhuset i Tallinn och Riga under hösten.

Kvaliteten på kundservicen och den genomsnittliga svarstiden övervakas genom snabba och enkla "tummen upp eller ned"-frågor. Mest kundrespons ges före jul och under Galna Dagarna, och då är svarstiderna också längre än normalt.

Kundbelåtenhetsmätningen på Stockmann inkluderar även i varuhuset opinionsundersökningar vid butiksutgången och "mystery shopping"-metoden. Sociala medier har blivit än allt viktigare kanal, genom vilken kunderna kan säga sin åsikt. Stockmanns närvaro i sociala medier har ökat under de senaste åren, och nu tjänar vi olika målgrupper på Facebook, Twitter, Instagram och LinkedIn.

För dem som arbetar inom servicefunktionerna synliggörs kundernas feedback genom internt ordnade Kunden nu (Asiakas nyt)-sessioner och via intranätet. Under året lyftes fram särskilt framgångsrika kundservicesituationer och försäljarna belönades för framgångar.

Den i november öppnade förnyade näthandeln inhämtade förväntade förbättringar, såsom till exempelvis information om varuhustillgänglighet. Stockmann-applikationen som kan laddas ned på en smartphone förbättrar den flerkanaliga shoppingupplevelsen och erbjuder information om aktuella kampanjer, produkter och fördelar. Kunden kan använda appen som sitt stamkundskort och följa sina årsuppköp. År 2017 innehar applikationen och nätbutiken en än större roll då stamkundskommunikationen förnyas mot en mer digital riktning.

KUNDÖNSKEMÅL FÖR DET NYA VARUHuset

I början av år 2016 inleddes ett kundexpertprogram "Nytt Stockmann till Hagalund" ("Uutta Stockaa Tapiolaan") där våra kunder via sociala medier kunde ta del i planeringen och utvecklingen av det nya varuhuset. Kundexperterna inbjöds våren 2016 till workshoppar med teman som varuhusupplevelser, mat och produk-

DIGITALA PROVHYTTAR

Pilotprojektet med digitala provhyttar som startade på underklädesavdelningen i Helsingforsvaruhuset utvidgades i slutet av året till alla varuhus i Finland och i slutet av året fanns det totalt 75 digitala provhyttar. Med hjälp av den kan kunden begära att en annan storlek eller färg för provning och anropa försäljaren.



ter för hemmet samt mode och skönhet. I diskussionerna kom varuhusets många roller fram. Deltagarna önskade att hänsyn tas till både sådana som besöker området dagligen men även till sådana som anländer längre ifrån och söker något speciellt. Förutom lösningar som underlätta det dagliga livet önskades också möjlighet till små lyxiga stunder. Digitala tjänster som underlättar och förnsabbar det dagliga utträttandet av ärenden ansågs nödvändiga, liksom möjlighet till fritidsaktiviteter, upplevelser och överraskningar. En helhetsomfattande, utmärkt serviceupplevelse nämndes ofta. Man har strävat efter att uppfylla så många som möjligt av önskemålen i det nya Hagalundsvaruhuset. I de nya lokalerna finns till exempel rastplatser och ett serviceområde med soffor, laddningskontakter för mobilapparater och en avhämtningsplats för nätbutiksinköp.

KUNDENKÄTER HOS LINDEX

Lindex arrangerade två kundundersökningar under år 2016, på sina huvudmarknader i Sverige, Norge och Finland. Totalt mer än 60 000 svar erhöles och svarsprocenten var 40. Undersökningarna tog upp teman som kundupplevelsen och kundservicen i butikerna. Resultatet angav att kunderna var antingen nöjda eller mycket nöjda med totalupplevelsen och kundbelåtenheten ökade från året innan. Lindex butiker har marknadsspecifika mål, uppföljning och stöd för att behålla kundnöjdheten på en hög nivå. Dessutom delas bästa praxis mellan butikerna. Den vanligaste feedbacken har gällt nätbutikens beställningar, utbudet, hållbarhet och More at Lindex-stamkundsprogrammet. Lindex fick positiv respons under hösten 2016, då kläder i plusstorlek blev en permanent del av alla kollektioner och den separata plusstorlekskollektionen avlägsnades.

MARKNADSKOMMUNIKATION

Stockmann respekterar konsumentens rättigheter och bedriver sin marknadsföring på ett ansvarsfullt sätt. Verksamhets-sättet är en del av koncernens uppförandekod (Code of Conduct). Marknadskommunikationen överensstämmer med reglerna för den Internationella handels-

kammaren (Consolidated ICC Code on Advertising and Marketing Communication Practice), konsumentskyddslagen och sin egen marknadsföringsstrategi.

Vår marknadsföringspraxis undviker vilseledande metoder, till exempel falska eller bedrägliga budskap, eller utelämnande av viktig information. Vår marknadsföring är aldrig olämplig eller stötande. Alla våra marknadsföringsplanerare känner till praxisen och följer den. Samtliga enheters marknadsdirektörer övervakar praxis.

Kundperspektivet och kundbehoven har kartlagts brett i samband med Stockmanns strategiarbete. Vår värdepositionering är att erbjuda förstklassiga shoppingupplevelser och säkerställa att vi varje dag gör oss förtjänta av våra kunders förtroende, i alla servicesituationer och kanaler.

Lindex använder sig av "Brand Tracking" (varumärkesundersökningar över tid) för att följa hur varumärket uppfattas. Responsen dokumenteras alltid och justeringar görs vid behov. Medan uppfattningen kring marknadsföringen i stort sett är positiv har Lindex fått viss kritik gällande genusperspektiv på barnkläderna och valet av fotomodeller.

Lindex har sin egen varumärkesstrategi och marknadsföringsinstruktioner gällande bilder, marknadsföringstexter, val av modeller och bildbehandling samt instruktioner för användning av sociala medier. Lindex är medlem i den svenska organisationen Reklamombudsmannen (RO), ett självreglerande organ som övervakar reklam. Företagen har inrättat RO för bedömning och upprätthållning av nivån på reklam. RO tar emot klagomål som rör reklam och utvärderar efterlevnad av den Internationella handelskammarens marknadsföringsregler. Dessutom ger RO information, vägledning och utbildning om etisk marknadsföring. Medlemmarna kan också få råd om texter relaterade till reklamkampanjer.

Stockmanns affärsenheter stöder välgörenhetsorganisationers ideella projekt som en del av kommersiella kampanjer och aktiviteter. För mer information, se sidan 40.



PLUSSTORLEKAR

Från och med hösten 2016 är plusstorlekar en permanent del av alla Lindex modekoncept. I och med förnyelsen avlägsnades den separata Generous-plusstorlekskollektionen och alla kunder kan hitta sin egen storlek inom alla dammodekollektioner. Lindex har fått mycket positiv respons från sina kunder, vilket visar att förändringen verkligen uppskattats. Plusstorlekarna presenterades också synligt under höstens kampanj: vid lanseringen av sågs bl.a. stjämmmodellerna av plusstorlek Ashley Graham och Candice Huffine.

ANTALET INCIDENTER GÄLLANDE ICKE ÖVERENSSTÄMMELSE MED REGLER OM MARKNADSKOMMUNIKATION (PR7)

Under rapporteringsperioden inkom ett klagomål om varuhusens skyltdockor till Reklametiska rådet i Finland. Frågan har inte lösts innan publicering av denna rapport.

Till den svenska Reklamombudsmannen gjordes under året inga klagomål gällande Lindex marknadsföring. Lindex har aldrig fått några anmärkningar eller blivit fälld av Reklamombudsmannen. Det fanns inga incidenter gällande icke överensstämmelse med lagstiftning eller frivilliga principer under år 2016.

KUNDINTEGRITET

Stockmann och dess anställda skyddar kundernas integritet och okränkbarhet. Vi avslöjar inte eller använder någon kundinformation på annat sätt än vad som strikt överensstämmer med Stockmanns integritetspolitik. Utbildning om kundintegritet ingår i den nya personalintroduktionen.

Stockmannkoncernens affärsenheter har tre stamkundsprogram: Stockmanns stamkundsprogram (1,8 miljoner kunder), More at Lindex-stamkundsprogram (3,8 miljoner kunder) och Hobby Halls stamkundsprogram. Bolagen har regelbunden kontakt med sina stamkunder och erbjuder dem exklusiva och ekonomiska förmåner. Stamkundssystemens datafilbeskrivningar finns på respektive enhets webbplats.

Var och ett av stamkundsprogrammen har sitt eget kundregister, som sammanställts för att hantera kundrelationer och för kundservice samt marknadsföringsändamål. Kundernas personuppgifter och aktieägare som deltar i bolagsstämman behandlas konfidentiellt i enlighet med gällande lagstiftning.

KLAGOMÅL GÄLLANDE KUNDSEKRETESS OCH FÖRLUST AV KUNDDATA (PR8)

År 2016 fick Stockmann in flera frågor från kunder gällande användningen av personuppgifter. Dessa fall behandlades och ledde inte till några uppföljningsåtgärder. Det inkom inga klagomål eller varningar från myndigheterna gällande stamkundsystemen.

PERSONAL

En motiverad och engagerad personal utgör ryggraden i vår verksamhet. Vi bemöter vår personal rättvist och jämlikt i enlighet med principen om lika möjligheter. De anställda betalas en skälig ersättning för sitt arbete och deras personliga och professionella utveckling uppmuntras. Vi uppmuntrar vår personal att sköta sitt välbefinnande och förser dem med sunda och säkra arbetsförhållanden. Vårt mål är att vara en attraktiv och omtyckt arbetsgivare på arbetsmarknaden.

Stockmanns personalpolitik baseras på bolagets värden, HR-strategi och koncernens uppförandekod. Utöver detta har samtliga affärsenheter egna, mer detaljerade personalpolicyer som stöder individers framgång och välbefinnande. Genomförandet av god personalpraxis följs upp med regelbundna personalenkäter, utvecklingssamtal samt genom övriga kanaler för respons. Samarbete äger även rum i lokala personalnämnder och koncernnämnden. Personaldirektören, som rapporterar till verkställande direktören för Stockmannkoncernen, ansvarar för bolagets personalfrågor.

SYSSELSÄTTNING

Stockmannkoncernen är en betydande arbetsgivare: vid utgången av år 2016 hade bolaget 8 324 (9 743) anställda i de kvarvarande verksamheterna i 16 länder. Lindex hade det största antalet anställda, 4 427 (4 733) vid slutet av året. Stockmann Retail-enheten hade totalt 3 464 (4 471) anställda vid slutet av året, Stockmann Real Estate 85 (71) anställda, Stockmanns koncernadministration 216 (325) och inköpskontoren 132 (134) anställda.

PERSONAL PER ENHET



Stockmann Retail	42 %	(3,464)
Stockmann Real Estate	1 %	(85)
Koncernens gemensamma funktioner	3 %	(216)
Lindex	53 %	(4,427)
Inköpskontor	2 %	(132)

FÖRÄNDRINGAR I SYSSELSÄTTNINGEN

De åtskilliga åtgärderna förknippade med det i början av år 2015 inledda effektiviseringsprogrammet fortsatte, med målet att uppnå årliga kostnadsbesparingar på 50 miljoner euro. Dessa inkluderade bl.a. en förnyelse av servicefunktionerna och en anpassning av personalmängden, reform av leveranskedjan och leverantörsavtalen samt frigörelse av försäljningsyta från Stockmann Retail-enheten till externa aktörer för att minska hyreskostnaderna. Flera åtgärder ledde till personalminskningar under år 2016. I juni meddelades dessutom om ytterligare ett årligt inbesparingsmål på 20 miljoner euro och åtgärder för att uppnå detta mål.

Varje år anställer Stockmann säsonghjälper till Galna Dagar och för julsäsongen. År 2016 genomfördes dessa rekryteringar i huvudsak av ett rekryteringsföretag och säsongarbetarna var således inte anställda av Stockmann, vilket återspeglas i en minskning av antalet anställda i Stockmanns egna personalsiffror.

Personalminskningen inom logistikfunktionen beror på färdigställandet av ett nytt effektivt distributionscenter i maj 2016. I framtiden centraliseras alla lager i Finland och Baltikum till distributionscentret som ligger i Tusby. Målet är att det nya distributionscentret möjliggör förbättrad flerkanalig handel då till exempel nätbutikens leveranser försnabbas. Under hösten 2016 överfördes alla lagerfunktioner i Finland till det nya distributionscentret. Lagerverksamheten i Riga flyttar till det nya distributionscentret år 2017.

De största samarbetsförhandlingarna under rapporteringsåret berörde stödfunktionerna och de inleddes i juni och slutfördes i början av augusti. Målet var en betydligt lägre organisationsstruktur, där överlappningar eliminerats och processer förenklats. Under förhandlingarna fördes diskussioner med personalrepresentanter om en ny, smidigare organisation där antalet anställda motsvarar den nuvarande omfattningen av Stockmanns verksamhet.

Under året fördes sammanlagt fyra samarbetsförhandlingar som berörde cirka 3 620 anställda i Finland. Minskingsbehovet uppskattades vara cirka 495 anställda. Slutresultatet var att 281 personer sades upp. Dessutom erbjöds ca 80 personer inom stödfunktionerna nya uppgifter inom försäljningen och ca 60 personer erbjöds uppgifter inom stödfunktionerna med nya villkor. Samarbetsförhandlingarna berörde personalen inom stödfunktionerna, IT, logistik och Hobby Hall. Uppsägningarna fokuserade huvudsakligen på personal inom stödfunktionerna och logistiken. Antalet försäljare i varuhusen minskades inte.

Hobby Halls överföring till den nya ägaren förverkligades den 31 december 2016, såsom parterna hade överenskommit i april 2016. I detta sammanhang överfördes cirka 150 Hobby Hall-anställda till SGN Group i enlighet med avtalet. Hobby Halls lagerpersonal överfördes till Posten som gamla arbetstagare den

1 maj 2016, samtidigt som Hobby Halls lagerfunktioner överfördes till Posten.

I februari 2015 togs beslutet att stänga varuhuset i Uleåborg i slutet av januari 2017. Stängningen av varuhuset uppskattades leda till att cirka 230 personer mister sitt arbete. Personalminskningarna har förverkligats stegvis under åren 2015-2017, då de anställda började leta efter nya arbetsuppgifter efter att beslutet om stängningen kommunicerats. Anställda via ett externt rekryteringsföretag har ersatt de avgångna arbetstagarna och dessa anställda har inte varit i Stockmanns tjänst.

I november 2016 undertecknade Stockmann ett femårigt, samarbetsavtal med Tech Mahindra i syfte att outsourca en del av ICT-tjänsterna. Som ett slutresultat övergick 33 av Stockmanns anställda i Tech Mahindras tjänst den 1 januari 2017. Stockmann behåller en egen ICT-enhet med ca 40 anställda.

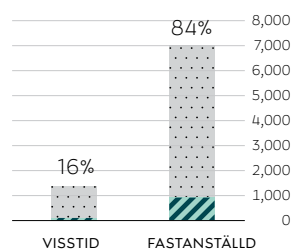
Då försäljningen av varuhusen i Ryssland förverkligades övergick ca 2 300 anställda till den nya ägaren Reviva Holding Limiteds tjänst den 1 februari, 2016, såsom var överenskommet i slutet av år 2015. Varuhusen i Ryssland behandlades som avvecklad verksamhet redan i 2015 års rapportering, så personalminskningarna är redan synliga de rapporterade personaltalen för år 2015.

ANTAL ANSTÄLLDA ENLIGT ARBETSAVTAL, REGIONALT OCH KÖN (G4-10)

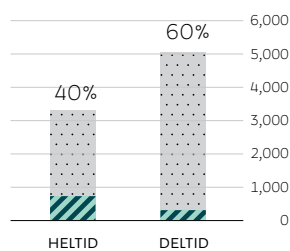
Arbetsavtal

Inom detaljhandeln är behovet av visstidsanställda stort, eftersom till exempel sommar- och julsäsongerna ökar behovet av säsongspersonal. Av samtliga anställda i Stockmannkoncernen var 16 (20) procent visstidsanställda år 2016; kvinnor representerade 93 (92) procent av de anställda och män 8 (7) procent. År 2016 var andelen kvinnor bland fastanställda 87 (85) procent och andelen män var 13 (15) procent. Antalet heltidsanställda uppgick till 3 297 (3 764); kvinnor representerade 78 (82) procent och män (22) 18 procent av hela arbetskraften. Antalet deltidsanställda var 3 297 (5 970), eller 60 (61) procent av personalen. Andelen kvinnor bland de deltidsanställda var 94 (90) procent och andelen män var 6 (10) procent.

VISSTID / FASTANSTÄLLD



HELTID / DELTID



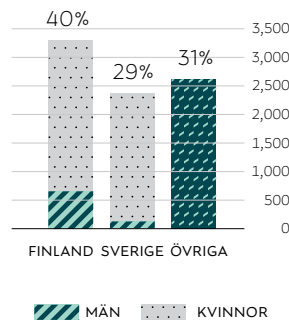
MÄN KVINNOR

MÄN KVINNOR

Regional fördelning samt fördelning enligt kön

Största delen av Stockmannkoncernens anställda, 3 215 (4 455) personer, arbetade i Finland. Andelen män uppgick till 20 (22) procent och andelen kvinnor till 80 (78) procent av arbetskraften i Finland. I Sverige var antalet anställda 2 382 (2 550) personer, varav andelen män var 5 (5) procent och andelen kvinnor 95 (95) procent. Sammanlagt står dessa två länder för 68 (72) procent av det totala antalet anställda på 8 324 (9 734).

PERSONAL PER LAND



Säsongsvariation

Stockmanns varuhus och Lindex erbjuder många ungdomar en möjlighet att bekanta sig med detaljhandelsbranschen, till exempel genom praktikperioder på läroanstalter. Under år 2016 hade Stockmanns varuhus i Finland ca 1 350 (1 500) säsongsarbetare under Galna Dagar-kampanjerna både på våren och på hösten. Under de senaste åren har dessa arbetare anställts via ett rekryteringsföretag. Under våren hade bara 292 anställda, under hösten ingen. Utöver detta erbjöd varuhusen och stödfunktionerna arbetserfarenhet åt närmare 220 (500) sommarjobbare och över 360 (400) praktikanter under året.

Lindex erbjuder praktikplatser såväl i huvudkontoret som i butikerna och har ett etablerat samarbete med olika högskolor beträffande dessa positioner. Vid huvudkontoret jobbar årligen ca 20 praktikanter, varav största delen inom design- och inköpsavdelningen. Lindex anställer dessutom årligen ca 20 säsongsarbetare under sommar- och juledigheterna. De arbetar vid huvudkontorets distributionscenter eller på ekonomiavdelningen. Vid Lindex butikerna behövs extra arbetskraft under sommar- och juledigheterna. Detta löses genom att erbjuda deltidsanställda fler timmar och genom att anställa extra personal i butikerna.

Egenföretagare och frilansare

Anställning av egenföretagare och frilansare är mycket liten inom Stockmannkoncernen, och begränsat till vissa enstaka personer inom marknadsföringen.

Anställda till hyresgäster

En stor andel av försäljningspersonalen i varuhusen är anställda av Stockmanns hyresgäster, t.ex. i restauranger och på brändkumpaners avdelningar.

PERSONALOMSÄTTNING (LA1)

Personalomsättningen år 2016 var 19 (179) procent i de kvarvarande verksamheterna. Personalomsättningen beror emellertid i stor utsträckning på de lokala arbetsmarknaderna. I Finland uppgick personalomsättningen till 13 procent (12 procent i samtliga varuhus i Finland år 2015). Personalomsättningen var klart högre, 20 procent, i Uleåborgsvaruhuset, som stängdes i slutet av januari 2017. I Sverige var omsättningen 6 (5) procent

PERSONALFÖRMÅNER (LA2)

Stockmannkoncernen erbjuder personalförmåner som förutsätts i lokal lagstiftning i alla dess verksamhetsländer. Dessa förmåner kan omfatta företagshälsovård, försäkring för arbetsolyckor och sjukdomar samt föräldraledighets- och pensionsförmåner. Personalförmånerna är samma för både deltidanställda och heltidanställda.

I de flesta verksamhetsländer erbjuds de anställda förmåner som klart överstiger kraven i lagstiftningen, som sjukförsäkringar och måltidsförmåner. Alla anställda har möjlighet att köpa produkter till personalpris i de butiker som ingår i koncernen. Stockmannkoncernen stöder fast anställdas rekreations- och fritidsverksamhet genom till exempel stöd för motion och olika personalklubbar. År 2015 stödde bolaget de anställdas fritidsverksamhet med cirka 100 000 (100 000) euro i Finland.

Varje år får alla Lindexmedarbetare i Sverige en motionsförmån till ett värde av högst 1 500 svenska kronor, som de kan använda för motion eller till annan hälsorelaterad aktivitet enligt önskemål. Lindex stöder även ekonomiskt en ideell förening som verkar på Lindex huvudkontor, 'Lif', och som arrangerar olika sportaktiviteter, föreläsningar och sammankomster för de anställda inom alla avdelningar på huvudkontoret och för personalen på Sveriges landskontor. Lindex personal får rabatt för sporttjänster som tillhandahålls av externa företag.

Stockmann belönar med förtjänstecken årligen personer som har en lång arbetskarriär inom bolaget. Traditionen fick sin början år 1924 och i över 90 års tid har ungefär 22 000 förtjänstecken delats ut. Förtjänstecken delas ut för 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45 och 50 års anställning i Stockmannkoncernen. År 2016 utdelades 557 (741) förtjänstecken varav 469 (546) av dessa utdelades i Finland och 88 (99) i Baltikum. Ett förtjänstecken för 45 års anställning och åtta för 40 års anställning utdelades i Finland. Förtjänstecken för 50 års anställning har sällan utdelats i bolaget, sedan år 1924 totalt 69 stycken.

I Sverige har Lindex ett eget premieringsystem, där Lindex uppvaktar vid 25 års anställning. Därtill belönar alla enheter medarbetarna på deras 50-årsdag.

RELATIONER MELLAN PERSONAL OCH LEDNING

Stockmannkoncernen följer upp genomförandet av god personalpraxis med personalenkäter, utvecklingssamtal samt genom övriga kanaler för respons. Alla fast anställda på Lindex har årliga utvärderingsmöten med sina förmän. I Finland är målet att 100

procent av personalen deltar i PDD-samtal (Performance and Development Discussion). År 2016 var målet redan nära, då resultatet var 85 procent.

Stockmann har varit en föregångare inom samarbetsfrågor i Finland. Bolagets personalnämnd grundades år 1924 – mer än 50 år innan kraven på samarbete mellan personal och arbetsgivare lagstodades år 1979. I Finland har affärsenheterna sina egna personalnämnder som sammanträder fyra gånger om året. En liknande modell finns i Baltikum. Personalfrågor beträffande Finland behandlas i koncernnämnden, som sammanträder två gånger om året.

Två personalrepresentanter deltar i Stockmanns styrelsemöten. Den ena av dessa representanter väljs av personalrepresentanterna i Stockmanns koncernnämnd och den andra av de högre tjänstemännen i Stockmann. Personalrepresentanterna har närvaro- och yttranderätt på styrelsemöten.

Under år 2016 involverades Stockmanns personal på många sätt i växelverkan och diskussioner. Till exempel hölls för stödfunktionerna ett antal informationstillfällen om strategiprocessen, där verkställande direktör Lauri Veijalainen, liksom andra medlemmar i ledningsgruppen berättade om framskridandet av utvecklingsprojekt, bland annat utvecklingen av digitala tjänster.

År 2015 undertecknade Stockmann och sammanslutningen av de högre tjänstemännen vid Stockmann (SYT ry) ett förtroendeman-avtal. Genom att underteckna avtalet erkände Stockmann de högre tjänstemännen som en självständig personalgrupp. Under året har Stockmanns personal involverats i interaktion och dialog på flera olika sätt. Stockmann har till exempel organiserat Power Hour-diskussioner, där högsta ledningen och personalen i stödfunktionerna diskuterat aktuella teman. Under dessa diskussioner har särskild uppmärksamhet riktats till strategin och olika utvecklingsprojekt som anknyter sig till den.

Lindex verkställande direktör Ingvar Larsson går igenom strategi och finansiella resultat på kvartalsbasis med hela personalen. I evenemangen berättas om hela koncernens och Lindex strategi och framtida utvecklingsmål, liksom svaras på frågor om dessa. Varje år efter semesterperioden hålls uppmuntrande och gemensamma evenemang för hela personalen som behandlar en mängd olika frågor som rör Lindex framtid som till exempel vision, strategi. "Frukost med Ingvar" är ett populärt koncept, där en liten grupp av de anställda inbjuds att träffa och diskutera olika frågor med Lindex verkställande direktör.

I november 2016 organiserade avtalsavlönade anställda inom stödfunktionerna en utmarsch från kontoret på Smedjevägen för att protestera mot bolagets personalpolitik. Ledningen tog feedbacken på allvar och arbetar ständigt med att förbättra arbetsatmosfären och dialogen med personalen. Till exempel genom utveckling av följande ärenden strävar man till att förbättra välbefinnandet på arbetsplatsen: reform av incitamentssystemet, som personal ombads idéer till; genom att skapa principer för distansarbete, genom att förbättra initiativverksamheten och genom att förbättra koncernnämndens verksamhet.

LA4 KORTASTE UPSÄGNINGSTIDER AVSEENDE VERKSAMHETSFÖRÄNDRINGAR, INKLUSIVE OM DESSA ANGES I KOLLEKTIVAVTAL (LA4)

Stockmann verkar i enlighet med de uppsägningstider som anges i lokal lagstiftning i samtliga dess verksamhetsländer. I Finland varierar uppsägningstiden mellan två veckor och sex månader, beroende på anställningsförhållandets längd. I Sverige är den kortaste uppsägningstiden en månad. De kortaste uppsägningstiderna avseende verksamhetsförändringar har inte fastställts i kollektivavtal för handelsbranschen.

ORGANISATIONSFRIHET OCH KOLLEKTIVAVTAL

Stockmannkoncernen respekterar de anställdas grundläggande rätt till organisationsfrihet och kollektivavtal. Vi är medvetna om att tillgodoseendet av dessa rättigheter är i riskzonen i vår leveranskedja och stöder att de tillgodoses med hjälp av BSCI:s uppförandekod, som ställer krav på organisationsfrihet och kollektivavtal samt genom andra åtgärder som förklaras i avsnittet "Leverantörsbedömning för arbetsmarknadspraxis och mänskliga rättigheter" på sidan 29.

ANSTÄLLDA SOM OMFATTAS AV KOLLEKTIVT FÖRHANDLADE KOLLEKTIVAVTAL (G4-11)

I Finland omfattas ca 79 (82) procent av Stockmannkoncernens anställda av kollektivavtal. Samtliga anställda i Lindex i Sverige, Norge och Finland (exklusive högre tjänstemän) omfattas av kollektivavtal. Stockmann respekterar personalenes organisationsfrihet och rätten till kollektivavtal. Bolaget följer inte organisationsgraden, men för statistik över de arbetstagare i Finland vars fackföreningsavgift avdras från deras löner. År 2016 Av personalen som arbetar i Finland täcktes 32 (31) procent av medlemsavgiftsinsamlingen år 2016. I andra länder har statistik över organisation inte samlats in.

IDENTIFIERADE RISKER SOM RÖR ORGANISATIONSFRIHET OCH RÄTTEN TILL KOLLEKTIVT FÖRHANDLADE KOLLEKTIVAVTAL (HR4)

De flesta av Stockmannkoncernens egna anställda som arbetar i länder som har klassificerats av BSCI som länder med låg risk gällande brott mot mänskliga rättigheter. Organisationsfrihet i leveranskedjan följs upp genom BSClauditeringar samt genom våra egna auditeringar som utförs av CSR-specialisterna på inköpskontoren.

KLAGOMÅLSMEKANISMER FÖR ARBETSFÖRHÅLLANDEN OCH MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

KLAGOMÅL GÄLLANDE ARBETSFÖRHÅLLANDEN (LA16, HR12)

Stockmanns anställda har rätt att rapportera eventuella överträdelser eller misstänkta brott mot uppförandekoden eller övriga bolagspolicyer till sin chef, enhetens säkerhetschef, bolagets ledning, juridiska avdelningen eller koncernens interna revision. År 2015 introducerade Stockmann en koncernövergripande visseblåsnings tjänst (Whistleblowing), som tillhandahålls av en extern partner. Anmälningsskanalen är ett verktyg för både Stockmanns egen personal och affärspartners samt andra intressenter att anmäla misstänkta eller upptäckta avvikelser från Stockmanns uppförandekod eller andra bolagspolicyer. Alla anmälningar och diskussioner tas på allvar och behandlas konfidentiellt. Samtliga incidenter rapporteras till direktören för den interna revisionen och till direktören för juridiska ärenden. Under året har en handfull incidenter rapporterats genom kanalen, alla har behandlats seriöst och hanterats konfidentiellt, men inga av de anmälda incidenterna har varit allvarliga.

År 2013 permitterade Stockmann majoriteten av sin personal i Finland, cirka 5 000 anställda för 12 arbetsdagar för att uppnå kostnadsbesparingar. Servicefacket PAM utmanade förfarandet på uppdrag av två av Stockmanns anställda. Stockmanns åtgärder bedömdes vara lagliga i tingsrätten, medan i hovrättens dom i september 2016 fastslogs det att Stockmann borde ha försökt hitta ett ersättande arbete för de anställda under deras permittering och befallde Stockmann att kompensera den förlorade inkomsten till de anställda.

BEDÖMNING AV MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Stockmannkoncernen respekterar och främjar alla mänskliga rättigheter, enligt definitionen i uppförandekoden.

GRANSKNING AV MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER OCH KONSEKVENSBEDÖMNINGAR (HR9)

De flesta av Stockmannkoncernens egna medarbetare arbetar i lågriskländer för brott mot mänskliga rättigheter enligt BSCI. Av denna anledning har en bedömning av mänskliga rättigheter inte genomförts i Stockmanns egen verksamhet. Dock genomfördes det i Lindex försäljningsländer i slutet av 2016 en självvärdering, där man granskade förverkligandet av mänskliga rättigheter. Denna undersökning var vårt första steg mot vårt mål att genom-



MOT EN BÄTTRE ARBETSKULTUR

En personalundersökning för organisationens hälsa och prestationsmätt OHI (Organizational Health Index) genomfördes på Stockmann för tredje gången i slutet av år 2016. Enligt de senaste undersökningsresultaten har öppenheten och förtroendet ökat, men strategins klarhet minskat. Det allmänna vitsordet, som beskriver organisationens förmåga att nå sitt bästa, sjönk från den förra mätningen. Vitsordet var fortfarande något bättre än vid den första OHI-personalundersökningen år 2014.

Enligt personaldirektören syns de senaste årens samtidigt genomförda stora förändringar och som alla inte lyckats på bästa möjliga sätt, i resultaten. Undersökningsresultaten går noggrant igenom på avdelningsnivå, och de används som diskussionsunderlag för att utveckla praxis. Enkäten sändes i november till 2 200 anställda i Finland, och en ökad andel på 55 procent av mottagarna svarade på enkäten.

föra en bedömning av mänskliga rättigheter med våra nyckelintressenter före slutet av år 2018.

För mera information angående bedömning av mänskliga rättigheter i leveranskedjan se sidan 29 ”Leverantörsbedömning för arbetsmarknadspraxis och mänskliga rättigheter”.

FÖRETAGSHÄLSOVÅRD OCH SÄKERHET I ARBETET

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

ARBETSTAGARNAS VÄLMÅENDE

OHI-undersökningen (Organisational Health Index) som mäter organisationens hälsa och prestationsförmåga genomfördes bland Stockmanns anställda för tredje året i rad. Med hjälp av undersökningen mätte man personalens arbetsbelåtenhet och organisationens förmåga att nå sin fulla potential. Enkäten skickades till 2 200 anställda i Finland, och 55 procent svarade,

vilket var en ökning från tidigare år. Undersökningen visade framsteg i rätt riktning, men Stockmanns resultat, 38, uppfyllde inte målet på 50 (skala 1-100), och åtgärder för att förbättra arbetsbelåtenhet och – välmående fortsätter.

Under året ordnades det flera insatser för att förbättra arbetsbelåtenheten samt stödja de anställda att samordna arbetsliv med familjeliv.

I november deltog Stockmann i den nationella Barn med på jobbet-dagen, där målet var att låta barnen bekanta sig med en närstående vuxens vardag i arbetet samt att använda sig av barns fräscha idéer för att fromma arbetsgemenskapet. Under evenemanget ordnades det special program för barnen vid Stockmanns kontor i Sockenbacka samt vid varuhusen i Itis och Tallinn. Se även ”Barnen med på jobbet”.

Vid kontoret i Sockenbacka har man ordnat åt personalen externa föreläsningar med syftet att stödja välbefinnandet i arbetslivet. Föreläsningarna har ordnats i auditoriet och personalen har också kunnat delta via skype-förbindelse. Föreläsningarna har fått positiv feedback och målet är att liknande sessioner på regelbunden basis kommer att fortsätta. Målet är att liknande föreläsningar skall även ordnas åt personalen i varuhusen samt möjliggöra för dem att delta i föreläsningarna via videoförbindelse.

Under hösten ordnades det gemensamma kick off-evenemang för personalen i huvudstadsregionen samt i Åbo och Tammerfors. Vid evenemanget behandlades Stockmanns strategi samt firades nya Stockmann.

Små händelser för att öka välbefinnandet i arbetet var till exempel ”trappdagen” samt ”drömmarnas motionsdag” vid



BARN MED PÅ ARBETSPLATSEN

Våra anställdas barn fick komma med sina föräldrar till arbetsplatsen och bekanta sig med varuhusets vardag under Barn med på jobbet-dagen. Den nationella temadagen firades på arbetsplatserna för första gången den 18 november, och dess syfte är att bekanta barnet med en förälders eller annan närstående vuxens arbete, och å andra sidan att utnyttja barns och ungdomars nytänkande på arbetsplatsen.

Barn till vår personal i Itisvaruhuset samlades under tre eftermiddagar och de önskade sig få utföra riktiga jobb. Först fick barnen egna namnskyltar. I arbetsuppgifterna ingick bland annat kassaträning i Delikatessen, att föra kundvagnar till sin plats, avlägsnande av julpynt, insamling av beställningar med hjälp av försäljarnas pekplatta, fästande av larm på produkter, prisskytning samt dekore-ring. Barnen tyckte det mest spännande var ett besök till kontrollrummet, där man genom kamerorna bl.a. letade efter sin egen mamma på avdelningen. Slutligen avnjöts kvällsmål i personalmatsalen och samtidigt deltog i en teckningstävling om drömmarnas varuhus.

Barnen var också välkomna till kontoret på Gjuterivägen. Förutom att bekanta sig med föräldrarnas arbetsplats och kollegor fick barnen rita bilder av drömmarnas varuhus, se på Stockmann-relaterade videoklipp i auditoriet och ta bilder med Galna Dagar-spöket. I Tallinn arrangerades ett julevenemang, där programmet gick ut på en rundtur i föräldrarnas arbetsplats liksom julgubbens besök.

kontoret i Sockenbacka, arbetsvälfärdsdag i Itis, frivilliga kontroller av synen samt ett motionsveckosluts-lotteri ordnat av Oti-um-stiftelsen som stöder personalens välbefinnande på Stockmann.

ARBETSOLYCKSFALL OCH SJUKFRÅNVARO (LA6)

Sjukfrånvaroprocenten i Finland uppgick år 2016 till 4,2 (4,4) procent av den regelbundna arbetstiden och i utlandet till 5,0 (4,6) av den utförda arbetstiden. I Finland inträffade sammanlagt 148 (127) rapporterade arbetsplatsolyckor samt 86 olyckor som inträffade på arbetsresan. I Sverige rapporterades sammanlagt 62 (113) arbetsplatsolyckor, som inkluderar även olyckorna som skett under arbetsresan. Av olyckorna i Sverige inträffade 26 i distributions centret och 35 i Lindex butiker. Dessutom rapporterades 15 kritiska situationer. De flesta av skadorna i Sverige berodde på halkningar samt skador i samband av lyft eller fallande av saker. Inga av olyckorna ledde till svåra skador.

År 2016 omfattades alla fast anställda i Finland som arbetat över fyra månader, dvs. 3 041 (3 691) personer, av företagshälsovård på sjukvårdsnivå. Företagshälsovårdstjänsterna i koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av både egna arbetshälsostationer och köpta tjänster. Koncernens egna hälsostationer betjänar huvudsakligen alla anställda i huvudstadsregionen. På andra orter i Finland och i finländska Lindexbutiker har företagshälsovården organiserats genom köpta tjänster. Kostnaderna för företagshälsovården i Finland uppgick till sammanlagt 1,7 (1,9) miljoner euro. Företagshälsovårdens nettokostnader uppgick år 2016 till cirka 230 (190) euro per anställd. Information om fördelning enligt kön är inte tillgänglig för närvarande.

UTBILDNING

Systematisk, kontinuerlig utbildning är en del av personalpraxisen och genomförs främst genom olika interna utbildningar och aktiviteter i alla affärsverksamheter och för alla personalkategorier.

UTBILDNINGARNA (LA9)

Antalet utbildningstimmar vid Stockmann Retail och Real Estate – affärsenheterna i Finland var totalt 35 000 timmar (29 300 timmar) eller 4 670 dagar (3 900 dagar). Detta inkluderar utbildning för förmän, försäljning- och produktutbildning samt utbildning som leder till yrkesexamen eller annan utbildning som ökar den professionella kompetensen.

Antalet utbildningstimmar på Lindex i Sverige år 2016 var totalt 15 343 timmar (år 2015 54 075 timmar i alla länder som Lindex har verksamhet). Detta motsvarar 8,8 (11,1) timmar per medarbetare, beräknat för 1 742 anställda. Av dessa var 11 080 skolningstimmar och 4 263 introduktionstimmar.

Statistik över fördelning av utbildningstimmar enligt kön och personalkategorier eller andra verksamhetsländer har inte samlats in lika detaljerat.

Stockmann i Finland arrangerar olika utbildningar där man fokuserar sig vid produkter och tjänster samt försäljningsutbildning till nyanställda, där man bland annat berättar hur man utnyttjar sig av tabletten vid försäljningsprocessen. Dessutom deltar alla varuhusens nyanställda i BASE-utbildningen.

I varuhuset har förmän som ansvarar för försäljning utbildats i att utveckla sina coaching-färdigheter samt har det fått coaching i att vägleda sina team för att uppnå försäljningsresultat i kundservice och försäljning. Utbildning i tilläggsförsäljning har ordnats för försäljningspersonalen. Under hösten förnyades Stockmanns försäljningskoncept och tillika piloterades en ny typ av försäljningsutbildning. Försäljningsutbildningarna fortsätter under våren 2017.

Rapporteringsåret präglades av många förändringar i organisationen. Chefer och förmän stöddes genom att man erbjöd dem coaching-möjligheter i samband med samarbetsförhandlingarna och uppsägningarna. Totalt deltog de anställda i 2 000 timmar coaching i samband av värdediskussionerna och vid strategiprocessen. Till exempel ordnades det värde-pop-ups för dem som jobbar vid försäljningen, där man diskuterade värden och Stockmanns strategi.

Stockmann stöder kombinerad av arbete och studier. Till exempel erbjöds flera medarbetare möjlighet till läroavtalsutbildning, däribland att studera yrkesexamen för arbete som teamledare.

Flera informationsmöten om leveranskedjans utmaningar och hantering hölls under året för inköpare av Stockmanns egna varumärken och för produktchefer, i syfte att stödja målet om en ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja för modeprodukter. Personalens miljömedvetenhet ökas genom kontinuerlig utbildning och regelbunden intern kommunikation, vilket beskrivs i avsnittet "Miljö" på sidan 32. Framstegen kring Stockmannkoncernens e-learning gällande uppförandekoden förklaras i avsnittet "Kommunikation och utbildning om antikorrupsionspolicyer och antikorrupsionsrutiner" på sidan 42.

På Lindex främjas kontinuerlig yrkesmässig utveckling genom flera olika interna kurser och aktiviteter, därtill erbjuds extern ledarutbildning. Ett antal olika typer av utbildningstillfällen organiserades vid Lindex huvudkontor under 2016. Lindex ledarskapsprogram med tre steg fortsatte på huvudkontoret, med i genomsnitt 16 timmar utbildning per chef. Lindex erbjöd 27 förmän och nyckelpersoner grundläggande utbildning i frågor gällande hållbarhet, med i genomsnitt 6 timmar utbildning per person. Dessutom strävade man till att stärka kunskapen om Office-program genom att erbjuda utbildning i klassrum för 26 deltagare, i genomsnitt 3 timmar utbildning per person. Dessutom stöddes kombinerad av arbete och fritid genom att man

ordnade mindfullnes-föreläsningar för en grupp på 36 personer, då var och en erhöll totalt 10 timmars utbildning.

Lindex ordnar introduktionstillfällen två gånger per år. År 2016 deltog 44 personer i introduktionerna, totalt i cirka 8 timmar per person. Även utbildning om budgetering och löner ordnades för 10 direktörer, i totalt 3 timmar per person. 400 förmän och medarbetare deltog i en utbildning om att målinriktat arbete. Målet med utbildningen var att öka förståelsen om Lindex strategi och mål samt deras relation. Workshops för att förbättra samarbetet i teamen ordnades regelbundet för att förbättra verksamheten. Där diskuterades bland annat personlighetsfaktorer, gruppdynamik och förvaltning av feedback.

PROGRAM FÖR VIDAREUTBILDNING OCH LIVSLÅNGT LÄRANDE (LA10)

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

Stockmann använder sig av en modell för tidigt ingripande för att stödja och främja medarbetarnas välmående och förmåga att arbeta. Samtal om arbetsförmågan är ett verktyg för chefer för konfidentiell diskussion, som rekommenderas när något har förändrats i en medarbetares arbetsförmåga. Uppföljningen av sjukfrånvaro kräver samarbete mellan chefen och företagshälsovården, och ibland även en personalrepresentant och HR-avdelningen. Om sjukfrånvaron överstiger larmgränsen på 30 dagar eller 10 olika tillfällen per år inleds diskussionen om arbetsförmåga. Olika program för att stödja återgången till arbetet, som arbetsprövning eller partiell sjukledighet, används aktivt på Stockmann. Bolaget har även ett rusmedelsprogram för att ingripa vid missbruksfall. Policyns principer finns tillgängliga på bolagets intranät och uppdateras regelbundet, senast september år 2015.

Som en del av den normala verksamheten beaktar Stockmanns företagshälsovård arbetsförmågan på varje möte och ger de anställda råd beträffande allvarliga arbetsrelaterade sjukdomar, andra risker som är förknippade med arbetet och ger rekommendationer om till exempel lämpligare arbetsstationer vid behov. Stödande ledningsmetoder, en säker arbetsmiljö och möjligheten till mångsidig kost under arbetsdagen anses också vara en del av stödet för arbetsförmågan. Man satsar även på förebyggande arbete på koncernnivå via arbetarskyddsgruppen, som senast hölls våren 2015.

Lindex medarbetare uppmuntras till arbetsrotation mellan butiker och kontor, liksom mellan landsorganisationer och huvudkontor, så att arbetstagarna får nya erfarenheter och ökad förståelse för bolagets verksamhet. Denna möjlighet anses viktig för utvecklingen av Lindex, och som en förutsättning för en kompetent personal. Möjligheter att förflytta sig till en ny position inom företaget tillhandahålls genom en inre kanal, samt praktik-möjligheter i en annan roll för kortare perioder.

Lindex följer med utvecklingen av sina anställda och säkerställer stöd vid ett tidigt skede för att upprätthålla arbetsförmågan och hälsan. Det finns olika former av stöd, till exempel stöd efter en lång sjukskrivning, såsom försöksanställningsperioder eller deltids sjukskrivning eller stöd vid behandling av missbruk. Mera information om programmen finns tillgängligt på bolagets interna sidor. Lindex har ett nära samarbete med företagshälsovården Previa, i fråga om arbetsrelaterade sjukdomar och vid andra risker som är förknippade med arbete, till exempel kan man vid behov ge rekommendationer för en lämpligare arbetsstation. Det senaste tillskottet till att främja välmående på arbetsplatsen har varit ordnandet av mindfulness-föreläsningar.

TILLVÄGAGÅNGSÄTT NÄR ARBETS-FÖRHÅLLET UPPHÖR

Beslutet att stänga varuhuset i Uleåborg i början av 2017 resulterade i en personalminskning med cirka 230 personer. För att stöda varuhuspersonalen i förändringen lanserades ett program "Voima" under våren 2015 och programmet fortsatte hela året 2016. Programmet ordnades i samarbete med Arbetarskyddsfonden i Finland och syftet var att trots upphörande av verksamheten skall de anställda känna uppskattning och få stöd för återanställning. Med hjälp av programmet stödde man personalen i arbetssökande samt deras välmående och garanterade en utmärkt kundupplevelse fram till att varuhuset stängdes.

MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET, LIKA LÖN FÖR KVINNOR OCH MÄN OCH ICKE-DISKRIMINERING

Stockmann behandlar alla sina medarbetare rättvist och lika, och sätter värde på de anställdas mångfald. Diskriminering är absolut förbjudet.

Stockmann har en jämställdhetsplan som uppdateras regelbundet och godkänns av bolagets personalnämnd (Se "Relationer mellan personal och ledning", sid 16). Planens syfte är att med hjälp av statistik lyfta fram strukturella frågor i arbetsuppgifter och ställa upp mål för att uppnå en mer jämställd arbetsmiljö.

Genomförandet av jämlikhet främjas i alla anställningskategorier. Ömsidig respekt och efterlevnad av gemensamt fastställda regler är en del av detta. Vid rekrytering bedöms kandidaterna i en anda av jämställdhet och män och kvinnor anställs till alla roller utan att påverkas av traditionella könsroller för arbeten. Ålder, kön och övertygelse beaktas endast i de fall det finns en motiverad anledning till detta baserat på anställningen.

För att balansera åldersfördelningen bland försäljarna fäster vi vikt vid att rekrytera kompetenta kvinnliga och manliga anställda i medelåldern till Stockmanns varuhus.

Lindex har en egen jämställdhets- och mångfaldsplan. Mångfald ses som en konkurrensfördel för ett internationellt modehus, där enhetlighet innebär passion för mode, kunder och handel. Lindex värderar och utvecklar sina anställdas arbetspre-

station och kompetens oavsett ålder eller etnicitet, och vill uppfattas som ett attraktivt företag för både män och kvinnor. Aktiv jämställdhets- och mångfaldsarbete inom Lindex bidrar till ökad motivation och tillfredsställelse bland anställda, vilket i sin tur ökar företagets konkurrenskraft och lönsamhet. Majoriteten av Lindex personal är kvinnor och det anses vara en utmaning att få män att söka arbete i Lindex butiker och i viss mån också till kontorsuppgifter. Könsfördelningen är mer balanserad i stödfunktionerna, såsom i IT-positioner och liknande.

MÅNGFALD (LA12)

År 2016 bestod Stockmannkoncernens personal av 88 (87) procent kvinnor och 12 (13) procent män. Andelen kvinnliga chefer är hög inom alla funktioner: År 2015 var 57 (59) procent av cheferna i Finland och utomlands var kvinnor. Av Stockmann styrelsemedlemmar var tre av åtta (2015: tre av åtta) kvinnor. Vid valet av styrelsemedlemmar eftersträvas beaktande av mångfald på så sätt att personerna representerar olika yrkeskåror och utbildningsområden, internationell bakgrund, ålder och kön. Under sommaren 2016, slogs Stockmannkoncernens och Stockmann Retails ledningsgrupper samman för att påskynda beslutsfattandet. I slutet av året var fem av koncernledningens 11 medlemmar kvinnor (2015: två).

Uppgifter om de anställdas genomsnittliga ålder finns i tabellen "Personalstatistik". I enlighet med finländsk lagstiftning insamlas inte information om minoritetsgruppstillhörighet.

JÄMSTÄLLD GRUNDLÖN FÖR MÄN OCH KVINNOR (LA13)

Stockmann har en jämställdhetsplan som uppdateras regelbundet. Planens syfte är att med hjälp av statistik lyfta fram strukturella frågor i arbetsuppgifterna och ställa upp mål för att uppnå en mer jämställd arbetsmiljö.

Ersättningar för kvinnor i förhållande till män följs upp genom ett index för tim- eller månadslön som jämför lönen för kvinnor och män (index 100) enligt anställningskategori. Den senaste uppdateringen av indexet är gjord 31.12.2016 och den täcker personalen i Finland. Indexet är riktgivande eftersom det inte beaktar mångfalden av arbetsroller och arbetsbeskrivningar i varje kategori.

Försäljarnas, lagerarbetarnas och kontorsanställdas löner baserar sig på handelsektorns kollektivavtal samt positionsberoende levnadsstandardklassificering och arbetserfarenhet.

Belöning av kvinnor – män enligt anställningskategori är följande: försäljare, timlön index 98; lageranställda, timlön, index 94; kontorsansällda, månadslön, index 97; högre tjänstemän, månadslön, index 83.

År 2016 startade Lindex en jämförelse av lönerna i syfte att identifiera eventuella löneskillnader mellan män och kvinnor som arbetar med samma uppgifter. Lindex personalpolitik bygger sig på en konkurrenskraftig ersättning på varje marknadsområde, så att lönen är bunden till uppgiftens ansvar och prestanda. Lindex accepterar inte löneskillnader som baserar sig på kön, funktionell begränsning, etnicitet, könsidentitet, sexuell läggning, religion

och annan trosuppfattning, ålder eller föräldraskap. Lönejämförelser gör i enlighet med de gränser som satts av kollektivavtalet.

TOTALT ANTAL DISKRIMINERINGSFALL OCH KORRIGERANDE ÅTGÄRDER SOM VIDTAGITS (HR3)

Under rapporteringsåret gjordes det totalt fem klagomål om diskriminering. Två av dem gällde verksamheten i Norge och tre verksamheten i Finland. Beroende på omständigheterna behandlades klagomålen av Lindex personalavdelning tillsammans med fack representanter eller med en oberoende myndighet, såsom den svenska Diskriminerings Ombudsmannen (DO). Alla fem klagomål befanns vara ogrundade.

PERSONALSTATISTIK 2012–2016

	2016 ¹⁾	2015 ²⁾	2014	2013	2012
Antal anställda den 31 december	8,324	9,734	12,143	15,441	16,041
i Finland	3,315	4,455	6,382	7,033	7,553
utomlands	5,009	5,279	5,761	8,408	8,488
Antal anställda i medeltal	9,006	10,762	12,157	14,963	15,603
Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda	6,562	7,643	8,916	11,422	11,898
Personalens genomsnittliga ålder	37	36	35 ³⁾	35	34
i Finland	40	38	36	35	34
utomlands	36	35	35 ³⁾	34	34
Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt %	20	17	21 ³⁾	23	26
i Finland	20	11	8	10	13
utomlands	20	22	30 ³⁾	34	37
Sjukfrånvaro, %	4.7	4.5	4.1 ³⁾	4.2	4.5
i Finland	4.3	4.4	4.1	3.8	4.2
utomlands	5	4.6	4.0 ³⁾	4.6	4.8
Andel heltids-/deltidsanställda av personalen, %	40/60	39/61	43/57	44/56	42/58
i Finland	49/51	47/53	45/55	45/55	42/58
utomlands	34/66	32/68	41/59 ³⁾	43/57	42/58
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Finland, st.	148	127	185	238	212
Personalkostnader, milj. euro	290,5	321,5	356,3	397,8	405,1
Personalkostnader, andel av omsättningen i %	22,3	22,4	22,2	19,5	19,1
Kostnader för personalutbildning i Finland (utan direkta lönekostnader), milj. euro	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7

1) siffrorna inkluderar personalen i Hobby Hall och varuhuset i Uleåborg

2) kvarvarande verksamheter

3) inkluderar även avslutade verksamheter

PRODUKTER

Vi erbjuder våra kunder ett omfattande utbud av säkra och hållbara kvalitetsprodukter med ansvarsfulla val. Vi lägger fokus på en ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja.

Stockmanns varuhus och Lindex modebutiker erbjuder ett omfattande produktsortiment, som består av mer än 600 tusen produkttitlar. Produkterna som säljs hos oss måste uppfylla de kvalitets-, miljö- och produktkrav som gäller vid varje given tidpunkt.

KUNDERNAS HÄLSA OCH SÄKERHET; PRODUKTÖVERENSSTÄMMELSE

Stockmannkoncernen är ansvarig för säkerheten hos de produkter som säljs och för att säkerställa att de inte utgör en risk för kundernas hälsa eller egendom.

Bolagets inköpsorganisation säkerställer att produkterna överensstämmer med gällande krav i lagstiftningen, till exempel kemikalie- och produktsäkerhetslagstiftningen. Produkterna testas regelbundet av tillverkarna och importörerna, samt av Stockmann i fråga om egna varumärken och produkter som vi själv importerar, i enlighet med ett testprogram och en riskanalys. Testningen säkerställer att produkterna uppfyller alla kvalitets- och säkerhetskrav som lagstiftningen ställer eller Stockmanns egna, striktare krav.

Utöver detta följer Stockmann upp produkthanteringar från EU i syfte att informera kunder så snabbt som möjligt om produkter som utgör en risk. RAPEX, EU:s system för snabba varningar, underlättar utbytet av information mellan medlemsstaterna och kommissionen om åtgärder som vidtagits för att förhindra eller begränsa saluföring eller användning av produkter som medför en allvarlig risk för konsumenters hälsa och säkerhet, med undantag för livsmedel, läkemedel och medicintekniska produkter som omfattas av andra mekanismer. Därutöver främjas och övervakas produktsäkerheten av



EVEN BETTER DENIM

Lindex Even Better Denim-jeansmodellemas tyg är tillverkat av från produktion överbliven återvunnen bomull, ekologisk bomull och Better Cotton-bomull. I produktionen utnyttjas mer miljövänliga processer och renare färgningsteknik som sparar vatten och energi. Jeansens blyxtlås, knappar och nitar är marknads mest miljövänliga.

finska Tullen, Säkerhets- och kemikalieverket Tukes och Livsmedelssäkerhetsverket Evira.

Stockmann Delikatessen och bolagets centralkök har ett omfattande internt system för kvalitetskontroll och testning av produktsäkerhet. Utöver att man följer lagstiftning och myndighetskrav, har centralköket certifierats med den internationella livsmedelssäkerhetsstandard ISO 22000, som överstiger lagstiftningskraven och till exempel innehåller ytterligare självövervakning i form av en produktsäkerhetsgrupp. Centralköket tillagar Meals-, Deli- och caféprodukter åt de sex kvarvarande varuhusen i Finland. Under renoveringen 2016, har särskild uppmärksamhet ägnas åt att spara vatten, tillsammans med den allmänna förbättringen av kökets verksamhet, och vi strävar ständigt till att ytterligare förbättra verksamheten.

PRODUKTÅTERKALLELSE (PR2)

Produktåterkallelser hanteras enligt Stockmanns anvisningar för produktåterkallelser, som fastställer ansvarsområden och steg i processen. Anvisningarna täcker både livsmedel och andra produkter, och de har godkänts i CSR-styrgruppen.

År 2016, förekom det inga offentliga produktåterkallelser av egna varumärkesprodukter som såldes av Stockmanns varuhus och Lindex. Inte heller inträffade några sådana produktsäkerhets-, kvalitets- eller liknande fel som skulle ha krävt återkallelser i produkter från Stockmanns centralkök eller produkter som importerats av Stockmann. Under rapporteringsåret förekom inga rättsliga åtgärder eller böter beträffande hälsan eller säkerheten i samband med de egna varumärkesprodukterna.

ÖVERENSSTÄMMELSE MED TILLHANDAHÅLLANDE OCH ANVÄNDNING AV PRODUKTER OCH TJÄNSTER (PR9)

Inga böter rapporterades för brott mot lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster under rapporteringsåret.

MILJÖRESULTAT FÖR PRODUKTER

HÅLLBARA MATERIAL I VÅRA KLÄDER

Ansvar är en integrerad del av processen när det gäller kläddesign samt inköp av material och produkter inom Stockmannkoncernen. I enlighet med vår hållbarhets kategorisering är vi inställda på att systematiskt öka mängden

råmaterial som har mindre skadlig miljöpåverkan, eller hållbara material, i koncernens egna modeprodukter. Till exempel, definierar vi som hållbart bomull användningen av ekologiskt odlad bomull, BCI-bomull (Better Cotton) eller återvunnen bomull. Lindex lanserade i oktober 2016 'Even Better Denim' modeller som innehöll konsumentåtervunnen bomull, som kommer från plagg som samlats in från konsumenterna. Lindex använder också pre-konsument återvunnen bomull som kommer från textilindustrins avfall.

Hållbarhet är en del av Lindex långsiktiga strategi, med ambitiösa hållbarhetsmål för fibrer, processer och produktion fram till år 2020. Ett av målen är att 80 procent av Lindex modesortiment år 2020 ska vara tillverkat av hållbara material. Idag är mer än 50 procent av Lindex produktsortiment tillverkat av hållbara material. Ett annat 2020-mål är att 100 procent av bomullet som Lindex använder

Idag är

50 %

av Lindex produkturval tillverkat av hållbara material

90 %

av Lindex bomull är antingen ekologisk, Better cotton eller återanvänd

ska komma från mera hållbara källor, såsom ekologiskt odlad bomull, Better Cotton eller återvunnen bomull. År 2016 var Lindex uppe i 90 procent.

År 2016, sålde Lindex 28 (27) miljoner klädesplagg av hållbara material. 100 procent av Lindex kollektion för nyfödda och baskollektionen för barn liksom 90 procent av dammodets baskollektion är tillverkade av hållbara material.

Idag är 100 procent av Lindex denimsortiment 'Better Denim', vilket innebär att den är gjord av hållbara material och med processer som sparar vatten, energi och kemikalier. Under hösten 2016 lanserade Lindex 'Even Better Denim'-modeller som innehöll både ekologisk och konsumentåtervunnen bomull, vilket utgör ett steg mot ett slutet materialflöde.

Se den inramade texten "Uppmuntra

kunder att återvinna" på sidan 38.

BOMULLENS URSPRUNG OCH SPÅRBARHET

Bomull är en viktig råvara för mode och hemtextilprodukter. Bomull odlas i länder där risken för kränkningar av de mänskliga rättigheterna är hög, och spårbarhet av konventionell bomull är utmanande bl.a. på grund av att bomull från olika källor ofta blandas i olika skeden av leveranskedjan. Riskerna berör hela textilindustrin. Stockmann godkänner inte bomull från Uzbekistan pga. risker förknippade med bomullsproduktion, mänskliga rättigheter och miljörisker i landet, och denna princip slås fast i vårt leverantörsavtal.

Stockmann arbetar aktivt för att förbättra spårbarheten av material. Vi föredrar ekologisk bomull och Better Cotton-bomull på grund av att spårbarheten ända till odlingsområde för denna bomull är bäst. Av den bomull som används i koncernens egna varumärksprodukter uppskattas över 80 procent vara från hållbara källor eller av certifierad ekologisk bomull, Better Cotton (BCI)-bomull eller återvunnen bomull. Största delen av volymen består av Lindex produktion.

Alla Lindex Newborn-produkter för nyfödda och produkterna i barnens bassortiment samt 90 procent av alla bomullsprodukter i Lindex sortiment av är tillverkade av hållbar bomull. Målet är att 100 procent av den bomull Lindex använder är BCI-, organisk eller återvunnen bomull fram till år 2020. Andelen ekologisk bomull kommer också att utökas inom Stockmanns egna märkesplagg. Ekologiska bomullsprodukter i kollektionerna för våren 2017 finns inom NOOM-damkläder samt Bogi-, Cube&CO- och Bel-barnkläder.



Stockmann söker ständigt efter möjligheter att utöka sortimentet av klädesplagg gjorda av hållbara material. Bland Stockmanns egna varumärken, kommer NOOM damkläder samt Bogi, Cube & CO och Bel barnkläder att ha produkter gjorda av ekologiskt bomull i deras vårkollektion 2017. Tencel är ett annat hållbart material som införs i Stockmanns egna varumärkeskläder under år 2017. Vi granskar även möjligheten till att använda Better Cotton i Stockmanns egna varumärken.

ANVÄNDNINGEN AV KEMIKALIER

Vid tillverkning av kläder används kemikalier vid processer som färgning, tryck och tvätt. Stockmannkoncernen uppfyller kraven för REACH och vi arbetar aktivt med att begränsa användningen av skadliga kemikalier i alla våra produkter.

Som en del i koncernens arbete med att minska användningen av farliga kemikalier har användningen av perfluorerade föreningar (PFC) förbjudits sedan år 2014. Förbudet inverkar på alla ytterkläder i Lindex sortiment och på alla ytterkläder för barn i Stockmanns egna varumärken. Dessa produkter behandlas nu med skyddsämnet Bionic-finish@ECO istället.

HÅLLBARA PRODUKTER SOM EN DEL AV VARUHUSENS SORTIMENT

Stockmanns varuhus erbjuder ett brett produktsortiment bestående av över 600 tusen produkttitlar. Vårt produktsortiment erbjuder kunderna möjligheter att göra ansvarsfulla köpbeslut. Inom mode, kosmetik och hushållsartiklar finns det möjlighet att välja ekologiska produkter, produkter tillverkade av återvinningsmaterial och produkter med ekomärkning, som Svanen-märket, energimärket och Ökotex 100-märket. Stockmann kräver att försäljningspersonalen kan identifiera ekomärkta produkter inom sina ansvarsområden och erbjuda dessa åt miljömedvetna kunder vid behov. Olika märkningar gällande miljöaspekter, hållbarhet och ursprung listas på Stockmanns intranät. Försäljarnas kunskap om ekomärkningar kontrolleras årligen vid revisioner och inskrivs i revisionsrapporterna.

Utbudet av ekologisk bomull i märkeskläder som säljs i Stockmanns varuhus har ökat under åren. Nya hållbart profilerade märkeskläder har också införts under år 2016, till exempel barn varumärken som använder ekologisk bomull, såsom finska Papu och Vimma varumärkena.

UTBUDET AV ANSVARSFULL CHOKLAD ÖKADE

Julen 2016 erbjöd varuhusen ett bredare utbud av ansvarsfull choklad. Kakaon som används i dessa produkter är hållbarhetscertifierad och förpackningarna är försedda med uppgifter om certifikatet, såsom UTZ, Rättvis handel eller Rainforest Alliance. Länder med kakaoodling löper hög risk för kränkningar av mänskliga rättigheter. Genom användning av tredjeparts-certifierad kakao kan säkerställas att produktionen är ansvarsfull och kontrollerad.

I den årliga jämförelsen av Finnwatch, granskas butikernas utbud av certifierade chokladkonfektaskar. I fjol hade Stockmann med i jämförelsen 6 ansvarsfulla chokladaskar, och år 2016 hade antalet vuxit till 13. Förutom chokladaskar innehåller Stockmanns sortiment många andra ansvarsfulla och certifierade ekologiska chokladprodukter såsom chokladplattor.

Ansvarsfull choklad har nyligen diskuterats mycket i leverantörförhandlingar, och för år 2017 har vi fattat beslut om användning av UTZ-certifierad kakao i Stockmanns egna Choco-choklader.



STOCKMANN DELIKATESSEN

Den veganiska baljehavren lanserades först på Stockmann Delikatessen i januari 2016 såsom även bondbönebase-rade Härkis i augusti 2016. Miljövänliga grönsaksprodukter syns också i Delikatessens service-diskar: utbudet innehåller bl.a. Härkisbolognese, Härkislasagne och teriyaki baljehavre.



EKOLOGISKT CERTIFIERADE PRODUKTER I DELIKATESSEN

Stockmann Delikatessen-livsmedelsavdelningarna har över 1500 ekologiska produkter i sitt sortiment. De ekologiska produkternas andel av den totala livsmedelsförsäljningen betraktas som ett av nyckeltalen (KPI) i vårt produktsortiment. År 2016, var de ekologiska produkternas andel av den totala livsmedelsförsäljningen 4,4 procent, som är på samma nivå som förra året (4,6 procent), enligt målsättningen. Denna nivå är branschledande jämfört med det finska genomsnittet på 2 procent*. Den lilla minskningen berodde på att man blev av med de produkter som hade den lägsta rotationen för att minska matsvinnet. Dessutom erbjuder Stockmann Delikatessen många rättvisemärkta och andra certifierade livsmedel i sitt sortiment. Se den inramade texten om hållbart choklad.

Stockmann Delikatessen har ett Marine Stewardship Council-certifikat (MSC) och sedan början av 2017, även en Aquaculture Stewardship Council-certifikat (ASC). MSC-certifierade fiskprodukter består av importerad vildfångad fisk som fångas med ansvarsfulla metoder, utan att äventyra fiskbestånden, och fiskens ursprung kan spåras ända till fångstplatsen. ASC-certifieringen står för ansvarsfullt odlad fisk och skaldjur och syftet är att minimera det kommersiella vattenbrukets miljömässiga och sociala fotavtryck genom att utnyttja branschens bästa praxis.

Vi säljer inga arter som miljöministeriet i Finland och Finlands Miljöcentral klassificerar som hotade. Vi gynnar finländska fiskprodukter och fiskprodukter som är grönlistade av WWF Finland och vi har ständigt minskat på andelen fiskprodukter som är rödlistade i vårt produktsortiment.

PRODUKTRIKTLINJER (PR6)

Koncernens affärsenheter utarbetar de riktlinjer för urval och inköpsåtgärder som krävs. Våra krav på leverantörerna förbjuder att vissa metoder används för våra egna märkesvaror, som sandblåstring av jeans, och fastställer normer för djurens rättigheter inklusive angora- och merinoull, läder och päls, fjädrar och dun samt bomull och kemikalier. Stockmanns varuhus har dessutom en ansvarspolicy för trä från tropiska naturskogar, fisk- och skaldjursprodukter samt ägg. Alla riktlinjer finns på koncernens webbplats. Sedan år 2012 säljs inga fyrverkerier i varuhusen. Produkter med äkta päls ingår inte i Lindex modesortiment.

Kundresponserna gällande omtvistade produkter i vårt utbud övervägs noga av vår inköpsorganisation. Under åren har särskilda frågor och farhågor från kunder tagits emot gällande produkter i Stockmanns varuhus. Dessa omfattar till exempel produkter med päls, vilket föranlett att pälsar numera inte finns i sortimentet; WWF:s rödlistade tropiska räkor och tonfisk, som lett till att vi enbart nu säljer Agricultural Stewardship Council (ASC) eller Global Cap certifierade tropiska räkor, och den färskaste tonfisken är Friends of the Sea (FOS) certifierad; gåslever, där vi kontrollerat med vår franska leverantör att produktionsförhållanden är ansvarsfulla samt kommunicerat vår djurrättspolicy, och för vilken det även finns inhemska, obestridda alternativ; Halal kött, där våra leverantörer följer samma EU-regler om djurens rättigheter som våra andra köttleverantörer.

PRODUKT OCH SERVICEMÄRKNING

Modeprodukter som tillverkas av material med mindre miljöpåverkan, som ekologisk bomull eller återvunna fibrer, märks tydligt. Lindex produkter märks med etiketten "Sustainable

* Uppskattningen gjord av Pro Luomu.

Choice” och Stockmanns egna modeprodukter tillverkade av ekologisk bomull märks med etiketten ”Organic Cotton”. Nya etiketter kommer att tas i bruk under 2017, när nya hållbara material, såsom Tencel, kommer att introduceras i Stockmanns egna varumärken.

Vi berättar för våra kunder om produkternas ursprung. Ursprungslandet är märkt på alla Stockmanns egna varumärkens klädesplagg på skötselrådsetiketten in i plagget. Ursprungslandet är också märkt i alla klädesplagg som säljs av Lindex. Målet är att ursprungslandet skall märkas på prislappen på alla Stockmanns egna varumärken på hem och inrednings urval.

Stockmann följer EU:s bestämmelser om märkning av livsmedel. Till exempel är information om allergener och obligatorisk heltäckande information om näringsvärde tydligt märkt på förpackningsetiketter på alla de produkter som tillverkas i Stockmanns centralkök, Stockmanns egna livsmedelsvarumärken och på livsmedel som importeras av Stockmann. Utbildning, intressentengagemang och kontinuerlig övervakning livsmedelslagstiftning säkerställer lagligheten av förpackningsetiketterna.

LEVERANSKEDJA

Inom Stockmann börjar ansvaret i leveranskedjan, från att garantera säkra arbetsförhållanden till att minimera miljöpåverkan. En ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja är ett av Stockmanns CSR-fokusområden och viktigt för våra intressenter. Mode står för cirka 70 procent av koncernens omsättning, och därför fokuserar vi särskilt på ansvar inom leveranskedjan för mode. Vår rapportering om leveranskedjan omfattar inköpsrutinerna i Stockmanns egen verksamhet och leveranskedjan och produktionen av Stockmannkoncernens egna varumärken baserat på riskbedömning och påverkningsmöjligheter.

Inom detaljhandeln är värdekedjan – produktens färd från råvara till kund – ofta lång och har flera led. En betydande andel av modeprodukterna säljs under våra egna varumärken, planeras av våra egna designers, och kan inte köpas någon annanstans. I Lindex gäller detta de flesta produkter.

I Stockmanns varuhus är majoriteten av varorna internationella märkesvaror men vi har vi också ett brett utbud av egna märkesvaror inom dam-, herr- och barnkläder samt produkter för hemmet och livsmedel. I början av år 2016 lanserade vi ett nytt eget modevarumärke – cut & pret. I lanseringen av modevarumärket betonade vi även vikten av en ansvarsfull och transparent leveranskedja.

Våra intressentgrupper, inklusive våra kunder, myndigheter och frivilligorganisationer uppvisar ett ökat intresse för vårt arbete inom leveranskedjan. Frågor som tas upp är bland annat våra inköpsrutiner, tillverkningsländer, vår uppförandekod, organisationsfrihet, skälig lön, bedömningar av mänskliga rättigheter, våra egna revisioner och avhjälpande av brott mot mänskliga rättigheter. År 2016, uppvisades intresse speciellt kring risker för mänskliga rättigheter i samband med bomullsproduktion och spårbarhet av material samt skyddandet av syriska flyktingars rättigheter i turkiska leveranskedjan

INKÖPSRUTINER

VÅRA INSTRUKTIONER FÖR LEVERANTÖRER

När vi väljer en leverantör lägger vi uppmärksamhet på ett antal faktorer. De viktigaste kriterierna är att leverantören svarar upp mot Stockmannkoncernens behov, har den kunskap och leveransförmåga som behövs, har rätt kvalitet och pris, CSR med fokus på arbetsförhållanden och miljöfrågor samt möjlighet till en långvarig relation. Alla fabriker måste uppfylla Stockmannkoncernens startkrav och förbinda sig till BSCI:s uppförandekod och kontinuerlig förbättring. Vi eftersträvar långvariga relationer med leverantörerna.

Uppförandekoden för leverantörer är kärnan i våra inköpsrutiner. Stockmann äger inga fabriker eller produktionsanläggningar, bortsett från Stockmann Retail's centralkök, som diskuteras separat. I stället tillverkas de modeprodukter som säljs i Stockmanns varuhus och Lindex av underleverantörer. Merparten av dessa produkter, över 90 procent, köps via våra inköpskontor i Asien. År 2016 köpte Lindex kläder från 153 (160) leverantörer och kläderna tillverkades i cirka 258 (290) fabriker. Kläder som säljs under Stockmanns egna varumärken köptes av cirka 150 (120) leverantörer, och dessa tillverkades i cirka 215 (190) fabriker. Hälften av klädesplaggen köptes direkt och hälften via inköpskontoren. Det största tillverkningslandet för Stockmannkoncernens egna modevarumärken är Bangladesh (37 procent) och näst största är Kina (33 procent). Stockmann Retail och Lindex använder i stor utsträckning samma leverantörer och fabriker.

Alla leverantörer förväntas följa Stockmanns uppförandekod. Utöver detta kräver vi att leveranskedjan för våra egna varumärken följer uppförandekoden för leverantörer, som innehåller Business Social Compliance Initiatives (BSCI) uppförandekod och kompletteras med Stockmanns ytterligare krav, relaterade till exempelvis djurens rättigheter, kemikalier och miljöfrågor.

Obehörig underentreprenad utgör en risk för överensstämmelsen med koden. Våra producenter är alltid skyldiga att alltid informera oss om eventuell användning av underleverantörer på förhand. Utifrån en riskanalys har vi förbjudit användningen av underleverantörer helt och hållet i Bangladesh. Detta är en fråga om nolltolerans som leder till att inga ytterligare beställningar görs.

Nya instruktioner och riktlinjer kan göras upp utifrån identifierade risker rörande mänskliga rättigheter. För närvarande innehåller våra riktlinjer till exempel ett förbud mot sandblästring av jeans, eftersom detta kan vara hälsofarligt för de anställda om det utförs utan lämplig skyddsutrustning eller utbildning. Denna risk hanteras genom att inte placera beställningar i fabriker som har sandblästringsutrustning. För ytterligare information läs ”Produkt riktlinjer” på sidan 26.

FÖRVALTA OCH UTVECKLA LEVERANSKEDJAN GENOM BSCI

Stockmannkoncernen är medlem i BSCI sedan år 2005. BSCI är ett branschdrivet initiativ för företag, och som är engagerade i att

förbättra arbetsförhållanden i fabriker i hela världen. BSCI:s uppförandekod innehåller 11 grundläggande arbetsrättigheter som de deltagande företagen och deras affärspartner förbinder sig att implementera inom sina leveranskedjor med hjälp av utvecklingsstrategi, som genomförs stegvis.

Kraven i koden är organisationsfrihet och kollektivavtal, skälig ersättning, anständiga arbetstider, arbetsmiljö och säkerhet, särskilt skydd för unga arbetstagare, miljöskydd och etiskt affärsbeteende. Koden förbjuder också diskriminering, barnarbete, tvångsarbete och otrygga anställningar. I Stockmannkoncernen kommunicerar vi aktivt om BSCI-uppförandekoden till våra leverantörer och producenter, och samarbetar med dem för att kunna förbättra arbetsvillkoren i våra leveranskedjor.

Fabriker i länder som BSCI klassificerar som högriskländer, och där Stockmanns och Lindex egna märkesprodukter tillverkas, granskas regelbundet genom egna revisioner som utförs av våra egna lokala medarbetare samt genom BSCI-revisioner som utförs av tredje part.

Införandet av den nya BSCI-uppförandekoden ledde till att revisionsprotokollet också förändrades. Det nya revisionsprotokollet har blivit obligatoriskt för alla revisioner från början av år 2016. Revisionerna enligt BSCI:s nya uppförandekod startade i början av maj 2015. Om brister identifieras, utarbetas en plan för korrigerande åtgärder och genomförandet av planen övervakas. Lokala arbetsförhållanden påverkas också av olika internationella konventioner och initiativ.

ACCORD I BANGLADESH

År 2013, förband sig Stockmann till ett avtal om att förbättra brand- och byggnadssäkerheten (The Accord on Fire and Building Safety) i Bangladesh på grund av den risk som undermåliga fabriksbyggnader utgör i landet. Enligt avtalet har Stockmann förbundit sig till att samtliga fabriker som tillverkar kläder för koncernen ska genomgå tre olika revisioner rörande brandsäkerhet, elektricitet och konstruktionsfrågor. Det senare innehåller till exempel beräkningar rörande byggnadens bärförmåga, något som inte kan kontrolleras i revisioner som utförs av BSCI eller vid våra interna revisioner.

ETT NÄRA SAMARBETE MED LEVERANTÖRER GENOM LOKAL NÄRVARO

Stockmannkoncernen har sex lokala inköpskontor i Kina (Shanghai och Hong Kong), Bangladesh, Indien, Turkiet och Pakistan. Kontoren spelar en viktig roll när det gäller att utveckla arbetsförhållanden och att identifiera risker. Tillsammans sysselsätter kontoren cirka 130 medarbetare och deras uppgift är att övervaka inköp och produktion. Inköpskontoren granskar rutinerna i varje fabrik som de anlitar innan några beställningar görs. Efter den preliminära kontrollen fortsätter det systematiska ansvarsarbetet.

På våra inköpskontor har våra lokala CSR-specialister till uppgift att utbilda och stödja våra leverantörer och fabriksägare i förbättringsarbetet som omfattar både uppförandekoden och miljökraven, samt att utföra både anmälda och oanmälda egna revisioner. Dessutom besöker våra lokala produktions- och

kvalitetskontrollanter produktionsenheterna dagligen för att säkerställa att produktionsvillkoren svarar upp mot våra krav. De har också till uppgift att rapportera misstänkta brott mot uppförandekoden.

Utöver fabriksinspektioner och utbildning, betygsätts varje del av leverantörens verksamhet enligt ett "leverantörsstyrkort", som ligger till grund för utvecklingsarbetet. Leverantörerna utvärderas baserat på styrkortet två gånger om året, där resultatet gällande uppförandekoden ingår som ett kriterium. Utifrån utvärderingen klassificerar vi våra leverantörer på olika nivåer, där de bästa resultaten ger flest antal beställningar.

AVHJÄLPANDE I FALL AV BROTT MOT MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Om mänskliga rättigheter kränks arbetar vi tillsammans med leverantören för att hjälpa offret. Nya beställningar görs inte förrän överträdelsen har korrigerats och offret har kompenserats.

TRANSPARENS GENOM ATT OFFENTLIGGÖRA LEVERANTÖRER OCH FABRIKER

Vårt mål är att ha en transparent kommunikation om frågor som intresserar våra intressentgrupper, och därför offentliggör vi våra modeleverantörer på enheternas webbplatser.

INKÖPSRUTINER FÖR LIVSMEDEL OCH MÄRKESVAROR

Utöver egna märkesprodukter inköps även välkända märkesprodukter för försäljning på Stockmanns varuhus. Ansvarsfrågor rörande internationella och inhemska märkesprodukter bedöms vid inköpsförhandlingarna och leverantörsavtal.

Stockmann Delikatessen anlitar välkända och pålitliga leverantörer inom EU och gynnar långvariga relationer. I allmänhet importerar Stockmann inte direkt livsmedelsprodukter från länder utanför EU till Finland. Leverantörerna av de få produkter



som produceras i riskländer och som importeras av Stockmann har anslutit sig till BSCI. En riskbedömning har utförts för att identifiera de produkter som orsakar den största risken i leveranskedjan på grund av produktion eller ursprung av huvudingrediensen i ett riskland. Under 2016, arrangerades det genomgångar av CSR teman för livsmedels inköpare.

LEVERANTÖRSBEDÖMNING FÖR ARBETSMARKNADSPRAXIS OCH MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

LEVERANTÖRS KRITERIER FÖR ARBETSFÖRHÅLLANDEN, MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER OCH MILJÖ(LA14, HR10, EN32)

Enligt våra inköpsrutiner måste alla fabriker uppfylla Stockmann-koncernens startkrav och förbinda sig till BSCI:s uppförandekod och kontinuerlig förbättring innan samarbetet inleds. Dessa krav omfattar krav på arbetsförhållanden, mänskliga rättigheter och miljöaspekter. Inköpskontoren granskar handlingsmodellerna i varje fabrik som de anlitar innan avtal ingås och produktionen startas.

En betydande andel - 96 procent - av de egna varumärkes modeprodukter tillverkas i områden som BSCI klassificerar som riskländer. Vi är medvetna om att det finns en risk för överträdelser av uppförandekoden och vi arbetar aktivt för att säkerställa att koden efterföljs.

Vår riskbedömning som presenteras nedan, visar fem områden av risker för uppförandekoden. Dessutom, granskar vi möjligheten att bättre integrera mänskliga rättigheter och barns rättigheter i våra bedömningar. Vårt mål är att ha genomfört en bedömning av mänskliga rättigheter tillsammans med våra viktigaste intressenter fram till slutet av 2018.

RISKBEDÖMNING

Ledningssystem

Problem gällande ledningssystem kan leda till dålig kontroll över fabriksrutiner eller underleverantörer. Det kan råda brist på personer med ansvar för ledningssystemet eller fabriksinterna policyer kan saknas. Vi lägger vikt vid att ge råd och stöd till fabrikena för att de ska kunna förbättra sina ledningssystem och utbilda fabrikscheferna för att etablera interna kontrollsystem över sin leveranskedja.

Dokumentation

Brister i dokumentation, till exempel rörande kopior av anställdas ID-kort eller lönelistor, är ett vanligt problem. Bristen på ordentlig dokumentation försvårar kontrollen av efterlevnaden av koden, till exempel att utbetala korrekta löner, kontrollera de anställdas ålder och att efterfölja övertidsgränser. Om dokumentationen är otillräcklig, anses leverantören inte fullfölja kraven. Vi arbetar för att öka kunskapen om vikten av god dokumentation genom seminarier och workshops med leverantörer samt genom att erbjuda utbildning till ansvariga personer på fabrikena.

Fackföreningstillhörighet

Rätten att gå med i en fackförening och att förhandla kollektivt är en grundläggande rättighet som vi upprätthåller. Tyvärr är fackföreningarna svaga i många av våra produktionsländer och de bakomliggande orsakerna är komplexa och ofta mångfacetterade. I många av de fabriker som vi anlitar finns fungerande personalnämnder som ger de anställda möjlighet att föra en dialog med fabriksledningen. Dessa nämnder är på inget sätt jämställda med en fungerande fackförening och ses inte som en ersättning. Det primära målet är att ha möjlighet att ansluta sig till en fackförening och förhandla kollektivt, men upprättandet av fackföreningar ligger fortfarande på de anställdas eget ansvar. Stockmann ansvarar för att ställa krav på leverantören att se till att denna rättighet inte kränks. De fabriksanställda informeras om sina rättigheter genom BSCI:s principer som placeras synligt på arbetsplatsen. Vi uppmuntrar fabrikscheferna att delta i BSCI:s utbildningar om organisationsfrihet och kollektivavtal.

Löner och ersättningar

Utbetalning av felaktiga löner är ett vanligt problem. I enlighet med uppförandekoden och lokal lagstiftning är minimikravet på leverantörerna att betala landets lagstadgade minimilön till sina anställda. Detta är dock inte tillräckligt, eftersom minimilönen ofta inte ligger på en nivå som räcker till för att täcka grundläggande behov och en tillräcklig disponibel inkomst. Vi anser att det ska vara möjligt att leva på den lön som en fabriksanställd tjänar. Vi anser att en höjning av den nationella minimilönen är nyckeln till att höja lönenivåerna, eftersom detta också höjer lönerna på högre lönenivåer. I Bangladesh har vi tillsammans med andra företag deltagit i en uppmaning till regeringen i Bangladesh att höja minimilönerna.

Stockmann äger inga fabriker eller produktionsanläggningar och är vanligtvis en mindre inköpare hos leverantörerna och deras fabriker. Till följd av detta kan vi inte genom vårt eget beslut höja lönerna för fabriksanställda. Till exempel är en höjning av inköpspriset inte direkt kopplad till lönerna som betalas till de anställda, och kan inte förväntas gynna de anställda utan att bevis lämnas. Vi diskuterar med leverantörerna om att betala en skälig ersättning och förbättra välfärden genom förmåner som barnomsorg, måltidsförmåner, transport eller utbildning om hälsa och ekonomi och genom projektet Health Enables Return (HER). Lönen är en faktor som tas upp i leverantörsstyrkortet (se "Inköpsrutiner") och leverantörerna med de bästa poängtalerna får fler beställningar än de andra. Vi arbetar med frågan genom BSCI, men även genom att jämföra andra initiativ. Vi följer aktivt med diskussionen om skälig lön, deltar i rundabordssamtal och andra initiativ rörande frågan och överväger nya sätt att behandla frågan, till exempel Better Work, Fair Wage Network by Fair Labor Association och olika rundabordssamtal.

Arbetstid

Övertidsarbete som överskrider gränserna i uppförandekoden är ett utbrett problem i de flesta av våra produktionsländer. Övertidsarbete är svårt att åtgärda, eftersom det finns flera orsaker till att det uppstår. För det första säger de fabriksanställda att de vill arbeta övertid för att tjäna mer pengar. I de fall där anställda

arbetar långt hemifrån vill de kunna jobba mycket under en intensiv period och sedan återvända hem. För det andra kan det vara lönsamt för leverantören att ha övertid för att öka produktionen. Stockmanns, såsom många andra modeföretags, ledtider utgör en risk för övertid sker. För att minimera risken utförs en bedömning av produktionskapaciteten innan en beställning läggs.

Samhällsprojekt

Våra klädbeställningar skapar sysselsättning, särskilt för kvinnor i utvecklingsländer. Den lokala välfärden och miljöskyddet stöds också med hjälp av olika projekt för att stöda kvinnornas ställning och välfärd, barnens utbildning samt miljöskyddet i tillverkningsländerna. Vi deltar i projekten School of Hope, Solmaid High School och Health Enables Return (HER). Vi deltar även i flera projekt för att minska vattenförbrukningen och annan miljöpåverkan. Läs mer på Lindex webbplats.

REVISIONER OCH INSPEKTIONER ÅR 2016 (LA15, HR11)

Stockmannkoncernen för en kontinuerlig dialog och utför regelbundna revisioner i fabriker, både genom egna revisioner och genom BSCI-revisioner för att identifiera negativa effekter på mänskliga rättigheter i enlighet med vår riskbedömning.

År 2016 genomfördes totalt 123 (142) BSCI-revisioner i fabriker i riskländer som tillverkar egna märkesvaror för Stockmanns varuhus och Lindex. Av dessa var 80 (114) heltäckande revisioner och 43 (28) var omrevisioner. Alla följde BSCI:s nya revisionsprotokoll. BSCI-revisionerna genomförs av internationellt ackrediterade, oberoende revisorer. Resultaten från BSCI revisioner presenteras i grafen nedan: 2016 resultaten enligt det nya poängsystemet och 2012-2016 enligt det gamla poängsystemet, med en del av resultaten för år 2015 och alla resultat för år 2016 omvandlade till det gamla poängsystemet för att möjliggöra jämförelse mellan åren.

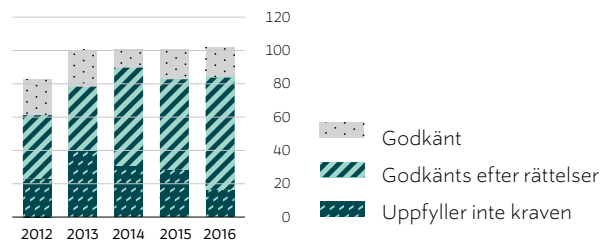
Det vanligaste BSCI revisionsresultatet var 'acceptabelt', som mottogs i 65 procent av de heltäckande revisionerna och i 70 procent av omrevisionerna. 19 procent av de heltäckande revisionerna och 14 procent av omrevisionerna fick antingen resultatet 'utmärkt' eller 'god'. Ingen fabrik som producerar för Stockmann fick revisionsresultatet 'oacceptabelt' eller påträffades av noll-tolerans frågor. De viktigaste slutsatserna i revisionerna var bristfälligheter i kraven på arbetstid eller i tillgången till en ledig dag i veckan, samt problem med hälso- och säkerhetsaspekter, ledningssystemet och rättvis ersättning.

Från och med 14 januari 2017 är det standard att alla BSCI revisioner är halvt-tillkännagivna, vilket betyder att producenterna tillkännagivs en tidsram på fyra veckor inom vilken revisionen kommer att genomföras. Det nya tillvägagångssättet kommer ytterligare att bidra till förbättrad revisionskvalitet. Hittills har de flesta revisioner varit fullt tillkännagivna, vilket gjort att tillverkaren vetat det exakta datumet för revisionen.

Utöver dessa externa revisioner, har Stockmannkoncernens CSR specialister som arbetar vid våra inköpskontor genom-

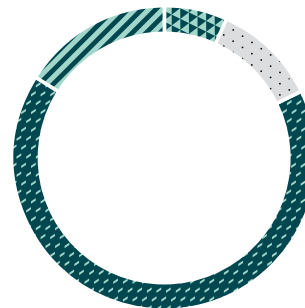
BSCI-AUDITERINGAR 2012-2016

Poäng enligt tidigare auditeringsprotokoll



BSCI-AUDITERINGAR 2016

Poäng enligt nytt auditeringsprotokoll



fört 92 (116) revisioner. Av dessa, har 84 (90) varit heltäckande revisioner och 8 (26) omrevisioner.

Genom att ha undertecknat Accord on Fire and Building Safety i Bangladeshavtalet har Stockmann förbundit sig till att samtliga fabriker som tillverkar kläder för koncernen ska genomgå tre olika revisioner rörande brandsäkerhet, elektricitet och konstruktions frågor. Det senare innehåller till exempel beräkningar rörande byggnadens bärförmåga, något som inte kan kontrolleras i revisioner som utförs av BSCI eller vid våra interna revisioner. År 2016 genomfördes 109 inspektioner i fabriker som producerar för Stockmannkoncernen gällande brandsäkerhet och elektricitet, därtill genomfördes även 35 strukturella inspektioner. Under år 2016 fortsatte renoveringsarbetet och i dagens läge är 71 procent av de planerade reparationsarbeten gjorda i de fabriker som levererar egna varumärkesprodukter för Lindex och Stockmann.

Efter varje revision, oavsett om det handlar om en BSCI-revision, egen revision eller en Accord-inspektion i Bangladesh, utarbetas en revisionsrapport med en plan för korrigerande åtgärder (CAP). Varje åtgärd i planen får en tidsfrist och framstegen följs upp. De viktigaste iakttagelserna beskrivs i riskbedömningen.

År 2016 hade 3 (4) av våra varuleverantörer och 4 (11) fabriker certifikatet Social Accountability 8000 (SA8000), vilket betraktas som bästa praxis inom BSCI-initiativet, men som inte är ett krav som ställs av BSCI eller Stockmann.

ANVÄNDNING AV SYRISKA FLYKTINGAR I LEVERANSKEDJAN I TURKIET

Omkring 8 procent av Stockmannkoncernens egna märkeskläder tillverkas i Turkiet, där flyktingar från Syrien är i risk i att bli utsatta för missbruk på grund av deras utsatta ställning. Stockmannkoncernens leverantörer har tillgång till en standard procedur ifall de identifierar att syriska flyktingar används som arbetskraft i leveranskedjan. Leverantörerna har fått skolning i proceduren, till exempel när det gäller att ansöka om arbetstillstånd och att betala brutto minimum lön direkt till arbetstagaren, tills ett arbetstillstånd erhållits, för att garantera ett tillräckligt socialskydd. Arbetet har gjorts i samarbete med ASAM (the Association for Solidarity with Asylum Seekers and Migrants).

BEDÖMNING AV LEVERANTÖRER FÖR MILJÖFRÅGOR

Textilproduktion förbrukar mycket vatten. Vattenpåverkan i vår leveranskedja är störst inom bevattningen av bomullsfält och våtbearbetning vid textilproduktion, såsom färgning och tvättning. Därför ska vattenförbrukningen och vattenreningen vara så effektiva som möjligt.

Våra leverantörer förväntas följa tillämplig miljölagstiftning. Våra inköpskontor följer miljöprinciper som ställer krav på vattenrening, hantering av kemikalier, avfallshantering och utsläpp, och arbetar med ständiga förbättringar.

Samtidigt samarbetar vi via Lindex med våra leverantörer i utvecklingsprojekt om ansvarsfull användning av vatten, energieffektivitet och användning av kemikalier. Till exempel har Lindex tillsammans med sina leverantörer och denimexperter utvärderat miljöpåverkan på ett urval av sina denimplagg. Som ett resultat av detta har vissa tvättar – såsom extra sköljningar - slopats och andra tvättar kombinerats. Tillsammans hade dessa förändringar betydande effekt – vattenanvändningen reducerades med upp till 42 procent och energiförbrukningen minskades med 27 procent. Dessa mer hållbara tekniker har genomförts i Lindex jeansproduktion. Idag är 100 procent av Lindex jeanssortiment 'Better Denim', tillverkade av mera hållbara material och med processer som sparar vatten, energi och kemikalier.

MILJÖPROJEKT I LEVERANSKEDJAN (EN33)

Vattenfrågan är en viktig del av Lindex långsiktiga hållbarhetsarbete; delvis för att textilproduktion förbrukar stora mängder vatten samt det är en förutsättning för verksamheten och främst eftersom tillgång till rent vatten är en förutsättning för mänskligt liv.

Genom Lindex har vi under flera år varit involverade i hållbara projekt i koncernens viktiga produktionsländer, som Bangladesh och Indien, där det finns utmaningar gällande vattenbrist och rent vatten. Under de senaste åren har dessa projekt visat sig vara ett effektivt sätt att öka miljömedvetenheten och förbättra processer. Vi strävar efter att så många leverantörer som möjligt ska delta i förbättringsprojekt och engagera sig i övergången till en mer resurseffektiv och renare produktion. De vattenrelaterade projekten under år 2016 omfattar Partnership for Cleaner Textiles in Bangladesh (PaCT), the Sweden Textile Water Initiative (STWI) och the Better Cotton Initiative (BCI). Lindex har även ett långsiktigt samarbete med WaterAid för att stötta deras arbete för att förbättra tillgången till rent vatten, förbättrad hygien och sanitet till världens fattigaste samhällen. År 2016 fortsatte och förstärkte Lindex sitt engagemang kring frågor relaterade till vatten. Mer information kan hittas på Lindex webbsida.

MILJÖ

Stockmanns mål är att minska de miljökonsekvenser som affärsverksamheten orsakar. Vi är medvetna om vår verksamhets miljöeffekter och strävar efter att förhindra negativa effekter genom minskade utsläpp, ökad effektivitet vid energi- och vattenförbrukning och genom att utföra källsortering och återvinning. För att säkerställa en kontinuerlig förbättring övervakar vi vår efterlevnad av koncernens kvalitets- och miljösystem och vårt uppfyllande av miljömålen.

Stockmann följer gällande miljölagstiftning och vi kräver samma sak av våra partners. Vårt miljöarbete baserar sig på CSR-strategin och på koncernens miljöpolicy. Miljöansvarsledningen koordineras av Kommunikation och CSR-avdelningen och är en del av enheternas dagliga verksamhet. Enheterna sätter själva upp specifika miljömål, definierar indikatorer för uppföljning av hur målen uppnås och inför lämpliga ledningsmetoder.

MILJÖLEDNING

Ett certifierat ledningssystem är i bruk i verksamheten i Finland. Alla Stockmannvaruhus och stödfunktioner i Finland har ISO 14001-certifikat samt Stockmanns centralkök har beviljats certifikaten ISO 14001 och ISO 22000. Handlingsmetoderna för Stockmanns miljöledningssystem har även införts i varuhusen i de baltiska länderna.

Lindex har inte ett certifierat miljöledningssystem i bruk. Lindexbutikerna verkar främst i hyrda lokaler i köpcenter. Utöver butikernas energieffektiva koncept innebär detta även att miljöfrågor beaktas efter möjlighet i de aktuella fastigheterna.

Stockmanns inköpskontor verkar nära produktionsanläggningarna och gör allt för att bedöma och minimera skadlig miljöpåverkan från leverantörernas fabriker.

Stockmann beaktar miljöfrågor vid planeringen och ledningen av verksamheten samt vid anskaffningen av produkter och tjänster för eget bruk. År 2016 konkurransutsatta Real Estate-affärsenheten avfallshantering samt renhållnings- och fastighetstjänsterna. Miljökriterierna hade en betydande roll i förhandlingarna. Stockmanns serviceleverantör skall binda sig att följa principerna i bolagets uppförandekod och renhållningstjänsterna har en betydande roll för att uppnå Stockmanns återvinningsmål. Konkurrensutsättningen resulterade i förändringar bland serviceleverantörerna. Till exempel ansvarar ett litet lokalt företag i fortsättningen om Åbo varuhus renhållning.

ÖKNING AV DEN INTERNA MILJÖ-MEDVETENHETEN

Varje medarbetares insats behövs för att vi ska nå våra miljömål. Personalens miljömedvetenhet ökas genom kontinuerlig utbild-

ning och regelbunden intern kommunikation, till exempel via intranätet och via inforutor som är placerade i personal utrymmen.

Stockmann har från och med 2015 haft i bruk ett e-learningprogram för miljöfrågor. Med programmet strävar man till att öka kunskapen om miljöfrågor, avfallshantering och energieffektivitet. Programmet är också tillgängligt för Stockmanns hyresgäster som är verksamma i varuhusen. Stockmann miljö speciallist besöker regelbundet varuhusen och handleder personalen i att ta hänsyn till miljömålen samt utbildar nya hyresgäster i sortering. Under året diskuterades aktuella miljöfrågor även på varuhuspersonalens morgonmöten.

MATERIAL

FÖRPACKNINGSMATERIAL

Stockmann eftersträvar att minimera miljöbelastningen av förpackningsmaterial och erbjuda kunderna materialeffektiva lösningar. För närvarande följer vårt urval i linje med den finska 'Optikassi 2009'-undersökningen om miljöpåverkan under förpackningsmaterialens hela livscykel. Vi följer utvecklingen inom teknik och lagstiftning samt kundupplevelsena noga för att proaktivt kunna erbjuda nya lösningar.

År 2016 åtog vi att frivilligt minska på plastförbrukningen. I samband med detta mål startade vi förnyelsen av våra bärkassar och vi kommer att införa alternativa kassar för våra kunder att välja emellan. Alternativen vi erbjuder är papperskassar eller kassar gjorda av återvinningsmaterial. I varuhusen har vi också ökat kommunikationen av hållbara val av påsar. Dessutom minskar vi i varuhusen mängden av små tunna plastpåsar. Små tunna plastpåsar är inte längre fritt tillgängliga vid kassorna vid Delikatessen eller vid vardagskosmetiken. Dessa åtgärder för att minska mängden plastavfall är en del av Stockmanns engagemang för en hållbar utveckling. Läs också "Mer ansvarsfulla bärkassalternativ"

Stockmannkoncernen kan påverka valet av förpackningsmaterial och mängden material, särskilt i fråga om inköp av varor för eget bruk. Affärsenheternas inköpskontor följer aktivt med utvecklingen inom förpackningsindustrin och strävar efter att använda högklassiga förpackningar och genom materialeffektivitetsåtgärder minska användningen av onödigt förpackningsmaterial.

I våra betjäningsskåp i Delikatessen är plastlådorna för färdigmat, bakverk och andra produkter som säljs över disk tillverkade av plast som återvunnits till 50 procent. Pappkartongerna som används för förpackning i nätbutikerna stockmann.com och hobbyhall.fi är delvis tillverkade av återanvänd fiber.

Stockmannkoncernen rapporterar om användningen av förpackningsmaterial i enlighet med EU:s förpackningsdirektiv. Rapporterna om koncernens verksamhet i Finland lämnas in till



MER ANSVARSFULLA BÄRKASSALTERNATIV

Stockmanns sortiment av plast- och papperskassar samt återanvändbara kassar förnyas för att bli mer hållbart. I oktober 2016 var vi bland de första som förband oss att minska antalet plastpåsar. Vi har ökat kommunikationen om olika kassalternativ och under det kommande året utökar vi avgiftsbelagdheten av påsar till att omfatta även varuhusens avdelningar för bruksvaror för att minska förbrukningen av plastpåsar. Åtgärder är en del av Stockmanns samhällsförbindelse för hållbar utveckling i syfte att minska antalet plastpåsar. Stockmann vill vara en föregångare i miljöärenden och för sin del minska uppkomsten av plastavfall och nedskräpningen.

Förnyelsen av utbudet inleddes år 2016: T.ex. under höstens Galna Dagar fanns Globe Hope-bärkassar som tillverkats av Stockmanns egna gamla uterekamlakan till försäljning. Tidigare har vi också sålt hållbara bärkassar tillverkade av gammalt segeltyg i Delikatessen. Bärkassar som tillverkats särskilt av återvinningsmaterial är ett bra alternativ till plastkassar, och därför utökar vi urvalet och attraktiviteten av hållbara bärkassar både i Delikatessen och i varuhuset. I Delikatesserna introducerades under hösten gråa plastkassar vilka till över 90 procent är tillverkade av återvinningsmaterial. Även andra nya bärkassalternativ tillverkade av ansvarsfulla material hämtas till urvalet under år 2017. Samtidigt minskar vi urvalet av tunna plastkassar med de lägsta återanvändningsmöjligheterna.

Från och med november 2016 kan kunderna vid Delikatessens frukt- och grönsaksavdelning kostnadsfritt vid sidan av tunna plastpåsar välja mellan pappers- eller biopåsar samt avgiftsbelagda hållbara kassar. Från och med början av år 2017 slopades små tunna plastpåsar vid kassorna och små tunna påsar erbjuds inte längre t.ex. för att packa frysvaror. I framtiden får kunden mot begäran en pappers- eller plastpåse från kassan.

Finlands Förpackningsåtervinning Rinki. Materialet som inrapporterats omfattar plastpåsar och annat material som används i butikerna för att förpacka varor åt kunder samt förpackningsmaterial som packas upp på logistikcentren. Tuko Logistics, Stockmanns logistikpartner, är rapporteringsskyldig gällande förpackningsmaterial för huvudparten av importvarorna. Lindex rapporterar även sin användning av förpackningsmaterial till de behöriga myndigheterna i verksamhetsländerna, som Sverige, Norge och de baltiska länderna. Information om användningen av förpackningsmaterial i Stockmann Retail och Lindex publiceras på koncernens webbplats (ENI).

ENERGIEFFEKTIVITET

Koncernens energiförbrukning utgörs främst av el, uppvärmning och fjärrvärme. Energiförbrukningen förorsakas av belysning, ventilation, uppvärmning och nedkylning av butiks-, lager- och kontorslokaler och av elapparater som används i dessa, bl.a. hissar och rulltrappor samt kylanordningar och IT-utrustning.

Stockmannvaruhuset har i över tio år fokuserat på att minska energiförbrukningen. Förbindelsen till den finska detaljhandelssektorns energieffektivitetsavtal för koncernens varuhusverksamhet i Finland år 2013 har ytterligare stärkt engagemanget för energieffektivitet. Under avtalsperioden 2006-2016 var vårt mål att minska energiförbrukningen med 9 procent, och detta mål uppnåddes. Enlighet med avtalet har Stockmann genomfört energioversikter i sina lokaler och förberett en handlingsplan för att ytterligare öka effektiviteten i energiförbrukningen. Energioversiktterna krävs även av energieffektivitetslagstiftningen som trädde i kraft i början av år 2015. Förhandlingar gällande detaljhandelssektorns nya energieffektivitetsavtal för åren 2017-2025 förs för närvarande. Stockmann har deltagit i dessa förhandlingar tillsammans med andra detaljhandelsbolag.

År 2015 fortsatte Stockmann att genomföra energieffektivitetsprogrammet, genom att fokusera på övervakning och optimering av drifttimmarna i fastighetssystem och belysningsstyrning i alla lokaler, i syfte att ytterligare minska elförbrukningen.

Inom logistiken kommer Stockmanns nya distributionscenter att minska antalet interna transporter eftersom de nuvarande fyra lagren i Finland har centraliserats till ett. Distributionscentret som öppnades under våren 2016 betjänar stockmann.com-nätbutiken och Stockmann varuhuset i Finland. I framtiden kommer centret att även betjäna de baltiska varuhusen. Distributionscentret erhöll på hösten 2015 guldnivåns LEED-miljöcertifikat. LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) är ett internationellt miljöcertifieringssystem för att främja hållbart byggande. Det finns fyra nivåer av certifiering – Certifierad, Silver, Guld och Platinum. Antalet poäng ett projekt tjänar bestämmer nivån av LEED-certifieringen som projektet erhåller. Vid planeringen och uppbyggnaden av den 29 000 kvadratmeter stora byggnaden har både hållbar utveckling och miljöaspekter, såsom energieffektivitet, beaktats. Projektet fick goda poäng bl.a. i energieffektivitet, tack vare utnyttjandet av jordvärme i byggnaden. Systemet har visat sig vara effektivt,

MILJÖCERTIFIERAT DISTRIBUTIONSCENTER STARTADE

Stockmanns distributionscenter som inledde sin verksamhet i april 2016 tilldelades LEED Gold-miljöcertifiering. Byggnaden på 29 000 kvadratmeter har planerats utgående från hållbar utveckling och med beaktande av miljöaspekter. Jordvärmesystemet producerar behövlig värme- och nedkylningsenergi. Belysningen har förverkligats med LED-lampor. Det högautomatiserade distributionscentret beläget i Jussla i Tusby betjänar efter att det uppnått full fart samtliga Stockmannvaruhus i Finland och Baltikum samt Stockmanns nätbutik, webbutik. Centraliseringen av lager minskar transportsträckorna och därmed också transporterarnas koldioxidutsläpp.



eftersom i uppvärmningen och kylningen används endast jordvärme och ingen extra energi har använts under 2016. Möjligheten för att använda solenergi som energikälla vid distributionscentret har också undersökts.

Det omfattande renoveringsarbetet som utförts i Delikatessen i Åbo varuhus förbättrade avsevärt energieffektiviteten. Alla kyldiskar och frysrum förnyades och som kylmedel används koldioxid. De nya kyldiskarna har lock och kylrummen har förhängen som kan förinställas för att stängas automatiskt. Ny kylutrustning kommer också att tas i bruk i det nya varuhuset i Hagalund som öppnas i mars 2017.

Under verksamhetsåret förnyades en del av Helsingforsvaruhusets rulltrappor och hissar med mer energieffektiva alternativ. På Delikatessen sparades energi under sommaren med hjälp av nattventilationer där man drar nytta av sval nattluft i varuhusens ventilation.

Under året förnyade man flera försäljningsavdelningar i Helsingfors varuhus och i samband av renoveringen förnyade man belysningen och tog i användning justerbar LED-belysning. Lindexbutikerna har även fokuserat på att minimera energiförbrukningen och alla butiker följer rutinmässigt en effektiv checklista för energiförbrukning. Lindex långsiktiga mål är att bli energineutrala genom att använda energi från förnybara källor. I utvalda butiker utförde man en undersökning om elförbrukningen. Enligt undersökningen består 90 procent av energiförbrukningen av belysning, nerkylning och ventilation samt av rulltrapporna. Enligt resultaten kommer åtgärderna kring energieffektivitet att rikta sig till dessa områden, i synnerhet i belysningen genom att öka användningen av LED-belysning. För att

minska på koldioxidutsläppen gynnar sig Lindex av att använda sig av förnybara energikällor.

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2014-2016

	2016	2015	2014
DIREKT FÖRBRUKNING			
Brännolja (MWh)	430	434	318
Naturgas (MWh)	19 443	16 677	18 603
INDIREKT FÖRBRUKNING			
Electricitet (MWh)	127 279	128 278	131 301
Fjärrvärme och -kyla (MWh)	81 707	83 013	85 491
Vatten (m ³)	224 957	242 369	235 235

Rapporteringen om bränsleförbrukningen har omräknats till megawattimmar (MWh). Data om naturgas har omräknats till megawattimmar (MWh) och baseras på mätdata för Stockmann och uppskattningar för Lindex. Elförbrukningen samt energi för uppvärmning och nedkylning omfattar koncernens samtliga funktioner. Data för uppvärmning och nedkylning för Stockmann baseras på fakturering och data från tjänsteleverantörer. Trots den betydande andelen av uppskattade och extrapolerade data gällande värmeförbrukningen i Lindex anses datakvaliteten vara rimlig. Rapporteringen om vatten omfattar alla funktioner inom Stockmann (med undantag för varuhuset Itis i Helsingfors) och Lindex distributionscenter. Rapporteringen om energi- och vattenförbrukningen exkluderar avvecklad verksamhet (varuhuset i Ryssland) och franchisingverksamheterna.

UTSLÄPP

Rapporteringen om växthusgasutsläpp är ett ledningsverktyg inom Stockmannkoncernen och utgör en grund för att definiera de områden där utsläpp bör minskas samt för att ange minskningsmål. Vi utvecklar ständigt vårt sätt att beräkna vår klimatpåverkan.

Beräkningen av Stockmanns koldioxidavtryck år 2016 omfattar Stockmann Retail, Real Estate, Lindex och koncernens gemensamma funktioner i alla verksamhetsländer, med undantag för avvecklad verksamhet och franchiseverksamhet. Stockmann Retail's utsläppstal inkluderar även hyresgästerna som agerar i varuhuset. Av Real Estate-affärsenhetens bruttouthyrningsyta är 48 procent uthyrd till externa hyresgäster.

Detta är sjunde gången som Stockmann rapporterar sina växthusgasutsläpp och rapporten omfattar hela koncernen. Jämförelsesiffrorna presenteras för år 2014 och 2015 och förändringarna i rapporteringens omfattning förklaras i kommentar kolumnen.

Mitopro Ab har konsulterat oss vid beräkningen av koldioxidavtrycket år 2016. Beräkningen utfördes i enlighet med rapporteringsprinciperna i Greenhouse Gas Protocol (GHG).

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2016 (EN15, EN16, EN17)

Koncernens utsläpp presenteras i tabellen nedan. De största utsläppen under år 2016, cirka 70 procent, kom från produktionen av köpt energi (Scope 2), speciellt elektricitet som förblev på samma nivå som föregående år. Av elektriciteten som används av Lindex är drygt hälften från förnybara energikällor som köps av Bergen Energi och vars utsläpp beräknas som noll. Scope 3 indirekta utsläpp presenteras där de är relevanta; dylika största utsläpp hänför sig till logistik och avfall.

De totala justerat redovisade utsläppen minskade med åtta procent. Minskningen berodde främst på nedläggning av Lindex butiker i Ryssland och till det tillhörande minskning av Scope 2 utsläpp. Utsläppen minskade även från den externa och interna logistiken, vilket huvudsakligen berodde på den avvecklade verksamheten i Ryssland. Dock är Stockmann Retail's logistikrapportering av utsläpp inte helt jämförbar med tidigare års rapportering och minskningen beror delvis på förändring i verksamhetens omfattning.

Utsläpp av kylmedel ökade på grund av att man förnyade kylutrustningen under året. Utsläpp från affärsresor och post minskade, medan för avfall var på fjolårets nivå.

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2014–2016 (EN15, EN16, EN17, EN30)

	tCO2 2016	tCO2 2015	tCO2 2014	Förändring 2015–2016, %	Kommentar
DIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 1)	3,100	2,500	1,900	24 %	
Stationär förbränning	170	170	140	0 %	
Kylmedel	2,900	2,300	1,800	26 %	Utsläpp av kylmedel ökade på grund av förnyande av kylutrustningen under året.
INDIREKTA UTSLÄPP FRÅN KÖPT ENERGI (SCOPE 2)	47,500	48,900	56,300	-3 %	Minskningen i totala Scope 2 utsläppen jämfört med år 2015 berodde främst på nedläggningen av Lindex butiker i Ryssland.
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	33,100	34,400	37,900	-4 %	Utsläppen för den förnybara elektriciteten som Lindex köper från Bergen energi är noll.
Uppvärmning och nedkylning	14,400	14,500	18,400	-1 %	Betydande andel uppskattningar för Lindex, datakvaliteten är rimlig. Stockmann Retail's värmeförbrukning har ökat under år 2016.
ÖVRIGA INDIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 3)	16,200	20,500	21,700	-21 %	
Fordon	300	300	400	0 %	
Intern logistik	2,800	3,400	3,300	-18 %	Minskning i CO2 utsläppen för postleveranser. Leverensutsläppen var på samma nivå som år 2015.
Extern logistik	10,000	13,600	14,700	-26 %	Minskningen beror på avvecklingen av varuhusverksamheten i Ryssland och förändring i rapporteringsförfarandet. Datan för år 2016 och 2015 är inte helt jämförbara.
Affärsresor	1,100	1,200	1,300	-8 %	Minskat flygresande.
Avfall	2,000	2,000	2,000	0 %	
TOTALT	66,800	71,900	79,900	-7 %	
UTEBLIVNA UTSLÄPP	1,100	1,700	1,500		Växthusgasutsläppen är neutraliserade av en logistikpartner med certifierade klimatprojekt.
(NETTOUTSLÄPP)	65,700	70,200	78,400		

Rapportering av växthusgasutsläpp exkluderar avvecklad verksamhet (varuhusverksamheten i Ryssland) och franchisingverksamheterna.

Siffrorna för kylmedel och logistik år 2015 har omräknats pga. kalkyleringsfel. Siffrorna som presenteras i tabellen är avrundade till närmaste hundra tusental.

CDP-RESULTAT

Utöver att publicera CSR-översikten rapporterar Stockmannkoncernen även sina växthusgasutsläpp i den internationella Carbon Disclosure Project-undersökningen (CDP). År 2016 var Stockmanns resultat på en god nivå B (2015: 94B) på CDP:s nya strömlinjeformade vitsordsskala (A, A-, B, B-, C, C-, D, D-). Vitsordet återspeglar omfattningen av bolagets svar (disclosure), bedömningen av miljörisker och -påverkan i anslutning till bolaget (awareness), verkställda åtgärder för att dämpa klimatförändringen (management) samt ibruktageandandet av bästa praxis inom miljöledningen (leadership). Vitsordet B berättar att bolaget har bedömt sin miljöinverkan och vidtagit åtgärder för att dämpa klimatförändringen.

VATTEN

VATTENFÖRBRUKNING I VÅR EGEN VERKSAMHET (EN9, EN10, EN22)

Vattenförbrukningen i Stockmanns egen verksamhet är minimal och verksamheten sker i områden där det för närvarande inte råder brist på vatten. Mätning och minimering av vattenförbrukning är dock en viktig del av Stockmanns fokus på miljöansvar. Vattenförbrukningen presenteras i tabellen "Energi- och vattenförbrukning 2014–2016".

Största delen av koncernens vattenförbrukning sker i varuhusens restauranger, kök och hygienutrymmen. Inom affärsenheterna och koncernens stödfunktioner levereras det vatten som används vid de olika verksamhetsställena av det lokala vattenverket.

Vattenförbrukningen minimeras genom att instruera personal och hyresgäster, föregripa och reparera även mindre läckage och skaffa effektivare vattenarmaturer för att ersätta de gamla. För att minska vattenförbrukningen har vi även vattenfria urinoarer i bruk i vissa kundtoaletter i Stockmannvaruhuset.

Stockmann har en egen produktionsanläggning, det ISO 22000-certifierade centralköket, som tillagar Meals-, Deli-, och caféprodukter för varuhuset. När centralköket renoverades under år 2016, lades särskild uppmärksamhet på effektiv vattenförbrukning. Till exempel installerades det till kranarna vattenbe-

sparande munstycken och vid rengöringen utnyttjar man nya metoder som minimerar vattenförbrukningen. Avloppsvattnet från verksamheten leds till kommunala avloppssystem. Stockmann har inga andra produktionsanläggningar eller fabriker. Bolaget har inga utsläpp till vattensystemet, och inte heller återvinns eller återanvänds vatten i verksamheten.

INDIREKT VATTENFÖRBRUKNING I LEVERANSKEDJAN OCH I ANVÄNDNINGSSKEDET

Textilproduktion förbrukar mycket vatten. Vattenförbrukningen i leveranskedjan diskuteras i avsnittet "Bedömning av leverantörer för miljöfrågor" på sidan 31.

Vår indirekta påverkan omfattar även vattenförbrukning vid användning, på vilket sätt plaggen tvättas hemma och hur de kasseras. Som en del av utmärkt kundservice erbjuds kunderna information om hur produkterna ska användas och tvättas, samt om återvinningsalternativ så att produktens livscykel kan förlängas och miljöpåverkan kan minimeras. På Lindex webbplats finns även tips och skötselråd som syftar till att minska plaggens miljöpåverkan. Läs även "Vi uppmanar kunderna att återvinna", sid 38.

SPILLVATTEN OCH AVFALL

Det avfall som uppkommer vid affärsenheternas verksamhet är främst förpackningsavfall, som kartong och plast. I affärsenheten Stockmann Retail uppkommer även biologiskt nedbrytbart avfall som ett resultat av verksamheten i centralköket och Delikatesen-livsmedelsavdelningarna samt restaurangerna och caféerna som är Stockmann Real Estates hyresgäster. Vi fäster vikt vid avfallssortering och återvinning genom att tillhandahålla utbildning för personalen, utveckla handledningen och göra sorteringsmetoderna bekvämare.

Avfallssorteringen leds i enlighet med miljöledningssystemet ISO 14001, och resultaten för de olika verksamhetsställena följs upp varje månad. Vårt mål i Stockmanns verksamhet i Finland är att minska mängden avfall och att materialåtervinna så mycket som möjligt av det kvarvarande avfallet. Den totala mängden avfall i Finland under år 2016 minskade med ca 11 (15)

AVFALLSMÄNGDER 2014–2016, TONS (EN23)

	Stockmann Finland			Stockmann Baltikum			Lindex			Totalt		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
ÅTERVINNINGSBART AVFALL												
Kartong och papper	1,620.8	1,804	1,988	236	206	247	1,205	1,211	1,311	3,062	3,221	3,222
Energiavfall	1,017.1	1,113	1,197	0	0	3	25	94	110	1,042	1,207	1,207
Bioavfall	1,364.2	1,630	2,224	172	174	154	1		476	1,537	1,804	1,804
Övrigt (plast, metall, glas)	140.8	148	141	20	23	27	78	0.1	236	239	171	172
Blandavfall:	231	253	250	470	444	438	5	5	3	706	702	702
Deponiavfall	0	41	42							0	41	41
Brännbart avfall	231	212	209							231	212	212
FARLIGT AVFALL	13.2	11	7	16	13	9	1	0	0	30	24	23
TOTALT	4,618.1	5,212	6,058	915	860	879	1,314	1,310	2,137	6,847	7,382	7,383
AVFALLSANVÄNDNING, %	100	99	99	49	48	50	100	100	100	93	95	93



SPILLVECKAN

Stockmann deltog Spillveckan-kampanjen organiserad av Konsumentförbundet i augusti-september. Under kampanjvecka kockades delikatesser av matsvinn i Delikatessens pop up-spillrestaurang i varuhuset i Helsingfors centrum. Att minska matspill är ett Stockmanns strategiska mål för att minska verksamhetens miljöpåverkan.

procent. Målet för materialåtervinning var att 70 procent av avfallet skulle riktas till materialåtervinning, resultatet för år 2016 uppgick till 70,5 procent.

Det finns skillnader mellan avfallshanteringssystemen i Finland och de baltiska länderna. Skillnaderna gäller till exempel lagstiftning, antalet avfallsfraktioner och slutdeponering av avfall.

Att minska livsmedelsspillet har under de senaste åren varit bland de viktigaste områdena av vårt miljöarbete. Enligt det mål som fastställdes år 2014 vill Stockmann halvera livsmedelsspillet till slutet av år 2016. Detta mål uppnåddes nästan. Enligt vår CSR-strategi har vi lagt som nästa mål att minska livsmedelsspillet med 25 procent av 2015 års nivå fram till slutet av 2018. Tack vare de åtgärder, såsom avsiktliga och skickliga inköp av livsmedel, samt välgörande samarbete som syftar till att förebygga spill har Delikatess-avdelningarna kunnat ytterligare minska mängden livsmedelsavfall. Under år 2016, för andra året i rad, minskade mängden bioavfall med 15 procent. Tilläggsinformation gällande Delikatessens livsmedelsdonationer i följande kapitel.

SYSTEMATISK ÅTERANVÄNDNING OCH FÖREBYGGANDE AV LIVSMEDELSSPILL VIA DONATIONER

Stockmanns varuhus och stödfunktionerna samverkar för att främja återvinning genom att skänka produkter som inte längre säljs, varuprover och överblivna material till avtalade lokala partners och olika återvinningsverkstäder.

I Helsingfors samarbetar vi kontinuerligt med Näprä-enheten på Återvinningscentralen. Under år 2016 donerade vi till Näprä material från Stockmanns egen designstudio. Dessutom donerade vi åt Hope r.f. provplagg, lakan, handdukar, leksaker och barnvårdsartiklar samt paketeringsmaterial från förra året. Hope r.f. är en ideell förening, som stöder finska mindre bemedlade barnfamiljer.

Stockmann Delikatessen-avdelningarna gör ett nära samarbete med olika välgörenhetsorganisationer. Vårt mål har varit att hitta minst en samarbetspartner för matdonationer för alla Delikatesser. Detta mål uppnåddes när vi hittade en partner även i Uleåborg. Till exempel från Helsingfors, Itis och Åbo varuhus doneras livsmedel till välgörenhet sex dagar i veckan. Stockmann har donerat bakverk till välgörenhet under flera år, men år 2015 expanderades utbudet av livsmedel som kan skänkas. För närvarande kan nästan alla livsmedel doneras till välgörenhet. De donerade produkterna är ätbara, även om de inte uppfyller alla våra kvalitetskrav. Skälen för att avlägsna produkter från försäljningen kan bero till exempel på en grönsaks konstiga form eller en skada i den, en dålig druva i ett druvpaket eller en söndrig förpackning.

Lindex skänker regelbundet osålda varor till olika välgörenhetsorganisationer i enlighet med sin återvinnings- och donationspolicy. Butikerna beslutar själva vart de donerar plaggen. På huvudkontoret säljs provplagg varje månad, och överblivna plagg doneras till olika välgörenhetsorganisationer. Även produktionskontoren donerar kläder till olika välgörande ändamål.

VI UPPMUNTRAR KUNDERNA ATT ÅTERVINNA

Vi erbjuder våra kunder en möjlighet att återvinna. I till exempel Finland kan kunderna lämna tillbaka begagnade elektriska och elektroniska apparater, batterier, lysrör och energisparlampor till Stockmannvaruhuset. Elapparater och batterier kan även återlämnas i Estland.

Olika återvinningskampanjer ordnas årligen tillsammans med varuleverantörerna. Till exempel genomfördes en kampanj tillsammans med Hackman för att återvinna stekpannor och Knowledge Cotton Apparel - klädmärket samlar kontinuerligt in begagnade kläder. Under julhelgen 2016 hade kunderna möjlighet att återvinna det överblivna stekfettet av skinkan genom att hämta det till ett insamlingsställe som fanns i varuhuset i Helsingfors. Kampanjen var lekfullt namngett som "Kinkkutemppu" och den förverkligades i samarbete av flera företag. Det uppsamlade fettet användes till för att producera biobränsle, och avkastningen av försäljningen av bränslet donerades till välgörenhet.

Lindex provade på insamling av begagnade plagg i Sverige redan år 2014. Nu kan Lindex kunder lämna in begagnade textilier och plagg till alla Lindexbutiker i Sverige, Norge och Finland. Återanvänd och återvinn-programmet är en del av Lindex långsiktiga mål till en sluten materialkrets. Under 2016 samlade Lindex sammanlagt in över 27 000 kilo textilier.



JEANSSKOR

Jeansskorna är den första produkten där man utnyttjat uttryckligen kläder som samlats in från Lindex kunder: jeanstyget hade samlats av konsumenter genom den svenska Myroma-kedjan för begagnade kläder, och en del av deras material kommer från Lindex. Skorna är också hållbara även annars: t.ex. skosulorna tillverkades till 100 procent av FSC-certifierad naturgummi insamlad från hållbart skötta skogar. Fabriken i Pakistan, där skorna producerades, erhöll Rättvis handel-ersättning.

TRANSPORTER

Koncernen betjänar kunder i olika länder och på olika kontinenter, vilket betyder att varudistributionen till dessa olika butiker förorsakar utsläpp. Vi fäster stor vikt vid effektiva och miljövänliga varuflöden. Transporterna från inköpskontoren i Asien till logistikcentren sker i regel genom fartygsfrakt. Lindex medverkar aktivt i initiativet Clean Shipping och kräver att rederierna ska arbeta för en renare sjöfrakt och registrera fartygen i Clean Shipping Index.

MILJÖPÅVERKAN ORSAKAD AV ARBETSRESOR OCH AV TRANSPORT AV PRODUKTER (EN30)

Video- och telefonkonferensutrustning utnyttjas i ökande takt vid möten för att minimera resande. Vi tar hänsyn till de utsläpp som orsakas av affärsresor och försöker gynna alternativ med låga utsläpp. Bolagets riktlinjer gällande resande rekommenderar användning av tåg eller buss istället för bil, och bolagets leasingfordon får inte överskrida givna utsläppsgränser.

Det uppskattas att det nya distributionscentret som öppnades under året 2016 för att betjäna varuhuset kommer att betydligt minska transportsträckorna och deras emissioner i huvudstadsregionen. De första

resultaten av detta kommer att erhållas under år 2017. Man strävar ständigt efter att optimera transporter med hjälp av ruttplanering, val av transportmedel, utnyttjande av returtransporter, nya utrustning med små utsläpp, systematisk uppföljning och ett aktivt samarbete med transport leverantörer. CO2-utsläpp från den interna och externa logistiken och affärsresor anges i tabellen "Växthusgasutsläpp 2014–2016".

LINDEX ÅTERANVÄND & ÅTERVINN

Lindex textilmottagning expanderade till Finland: kunder kan nu hämta använda kläder till återvinning i alla Lindexbutiker i Finland, Sverige och Norge. Samarbetspartners sorterar och levererar kläderna till försäljning i second hand-butiker. Söndriga och utslitna kläder blir tillverkningsmaterial för nytt tyg eller återvinningsmaterial, som används till t.ex. städningstrasor, oljeabsorptionsmattor eller fyllning till bilstolar – endast en mycket liten del bränns till energi.



EKONOMI OCH FÖRVALTNING

Engagemang för ansvarsfull verksamhet utgör en viktig del av våra värden och vårt dagliga sätt att arbeta. I vårt beslutsfattande följer vi principerna för god bolagsstyrning. Stockmanns uppförandekod (Code of Conduct), våra värden och ledningspraxis bildar en referensram för våra förfaranden och ansträngningar för att främja en hållbar framtid. Vi strävar efter långsiktig lönsam verksamhet och vidtar flera strukturella åtgärder för att vända verksamheten åter till vinst

RESULTATUTVECKLING

Stockmannkoncernen uppnådde ett positivt rörelseresultat efter två år av tunga förluster. Koncernens justerade rörelseresultat ökade år 2016 till 20,2 miljoner euro (-28.5 miljoner euro). Rörelsekostnaderna minskade med 65,9 miljoner euro och förbättrade resultatet trots att omsättningen minskade. Koncernens omsättning för kvarvarande produktområden och verksamheter minskade med 4,1 procent. Av koncernens tre affärsenheter är modekedjan Lindex och fastighetsaffärsverksamheten lönsamma, men Stockmann Retail var fortfarande förlustbringande. Resultatet per aktie för de kvarvarande verksamheterna var -0,33

euro (-1,24 euro), eller -0,12 euro (-2,43 euro) inklusive avvecklade verksamheter.

Mer information om Stockmannkoncernens resultatutveckling finns i bokslutet 2016 som kan hittas på adressen ar2016.stockmanngroup.com.

EC1 SKAPAT OCH LEVERERAT EKONOMISKT MERVÄRDE

Stockmannkoncernens verksamhet medför ekonomiskt mervärde till bolagets intressenter inom alla verksamhetsländer. Merparten av det ekonomiska mervärdet går åt till personalens löner och arvoden. Fördelningen av mervärdet från Stockmanns verksamhet till de viktigaste intressentgrupperna presenteras på sid 40 och i detalj för de senaste fem åren i tabellen nedan.

Stockmann Oyj Abp:s aktier noteras på NASDAQ Helsingfors Börs. Bolaget hade 49 813 (52 415) registrerade aktieägare vid utgången av året. Utdelningspolicyn som fastställts av Stockmanns styrelse är att utdela mer än hälften av resultatet från den ordinarie verksamheten. Ingen dividend utbetalades för resultatet år 2015. Styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen dividend utdelas för resultatet år 2016.

Mer information om styrelsens, verkställande direktörens och ledningsgruppens löner och arvoden finns tillgängligt i förvaltningsöversikten som finns på adressen ar2016.stockmanngroup.com.

EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENTGRUPP

EUR million		2016*	2015*	2014	2013	2012
Skapande av mervärde						
Kunder	Försäljning exkl.moms, övriga rörelseintäkter, finansieringsintäkter	1,305.2	1,435.8	1,606.0	2,041.6	2,118.8
Varuleverantörer och serviceproducenter	Köpta produkter och tjänster, inkl. investeringsnyttigheter och erlagda hyror	-981.4	-1,147.6	-1,320.4	-1,567.3	-1,610.4
Mervärde producerat av Stockmann		323.9	288.3	285.6	474.3	508.4
FÖRDELNING AV MERVÄRDE						
Personal	Löner, arvoden och pensionkostnader	-250.8	-281.9	-315.5	-353.5	-361.0
Aktieägare	Dividender	0.0	0.0	0.0	-28.8	-43.2
Finansierare	Finansieringskostnader	-23.9	-22.1	-23.8	-32.1	-34.2
Offentliga sektorn	Övriga socialavgifter, skatter	-52.4	-54.7	-37.0	-22.7	-45.4
Utdelat till intressentgrupperna totalt		-327.1	-358.7	-376.3	-437.0	-483.8
Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten		-3.2	-70.4	-90.7	37.2	24.6

* Kvarvarande verksamheter

VÄRDESKAPANDE FÖR INTRESSETER

Resurser

PROFESSIONELL
PERSONAL &
ORGANISATION

BRAND

PRODUKTER

FLERKANALIG
SERVICE

FINANSIELLA
RESURSER &
FASTIGHETER

NATURTILLGÅNGAR



Påverkan

KUNDER

Omsättning exklusive moms, övriga rörelseintäkter & finansiella intäkter 1 303,2 milj. euro

PERSONAL

Löner, arvoden, pensionsavgifter & övriga förmåner 290,5 milj. euro

SAMHÄLLE

Övriga sociala kostnader & skatter 52,4 milj. euro

LEVERANTÖRER & ANDRA PARTNERS

Kostnader för produkter, material & tjänster 981,4 milj. euro

INVESTERARE & AKTIEÄGARE

Finansieringskostnader 23,9 milj. euro, ingen dividend år 2016

DONATIONER TILL VÄLGÖRENHET

Som en del av sitt samhällsansvar kan Stockmann göra donationer till icke-vinstdrivande allmännyttiga organisationer som finansierar allmänbildning, kultur, forskning och andra samhällsreliga projekt i Stockmanns verksamhetsländer.

Välgörenhetsarbetet styrs av en donationspolicy som återfinns på bolagets webbplats. Donationer till välgörenhet utvärderas skilt från bolagets affärsverksamhet och får inte vara kopplade till tidigare, nuvarande eller framtida affärstransaktioner. Dessa beslutas av verkställande direktören. Utöver detta kan Stockmanns affärsenheter även stöda ideella projekt för allmännyttiga organisationer, som en del av sina kommersiella kampanjer och aktiviteter.

År 2016 gjorde Stockmanns varuhus välgörenhetssamarbete med Hope - Yhdessä & yhteisesti ry, som är en ideell organisation som stöder finländska familjer med låga inkomster. Vid juletid uppfördes vid varje varuhus en fotograferingspunkt där kunderna uppmanades att ta bilder på sig själva och dela dem på Instagram med tag #jouluontehtyaettavaksi. För varje publicerad bild skänktes 0,50 euro till Hope ry. Stockmann var också med i den av Home Instead Seniorhoiva organiserade kampanjen, där kunder uppmanades att köpa julblommor till ensamma äldre.

Under året donerade Stockmann koncernens webbplats, samt Stockmanns nätbutiks startsidor till Röda Korsets Hungerdagen-kampanj. I Helsingfors stödde vi bland annat Helsinki

JULKAMPANJ MED HOPE

Under julperioden uppmanades kunderna att ta bilder framför ett fotobakgrundsboord som ställts upp i varje varuhus, och dela dem med hashtaggen "Joulu on tehty jaettavaksi". För varje ny bild som delades på Instagram med hashtaggen donerades 0,50 euro till Hope ry. Personalen i Helsingforsregionen donerade gamla leksaker som julgåvor via Hope ry.



Pride-paraden, liksom den antirasistiska Peli Poikki-demonstrationen.

Lindex har varit Rosa Bandet-projektets samarbetspartner sedan år 2003 och har tillsammans med sina kunder hittills donerat ca 12 miljoner euro till stöd för bröstcancerforskning. I kampanjen år 2016 ingick Lindex egen Pink Collection-kollektion, från vilken 10 procent av försäljningspriset donerades till bröstcancerforskning. Det rosa armband och själva försäljningen av Rosa Bandet bidrog till en betydande insamling detta år, som uppgick till totalt 1,2 miljoner euro i alla verksamhetsländer.

År 2016 organiserade Lindex flera avrundningskampanjer. I kampanjerna uppmuntrades kunder att runda upp sitt inköpspris till ett valbart belopp, och som donerades oavkortat till välgörenhet.

EC4 FINANSIELLT STÖD

Stockmann Voima-programmet som strävade till att stödja och stärka personalen i Uleåborg under nedstängningen av varuhuset, fick finansiellt stöd av Arbetarskyddsfonden i Finland under åren 2015-2016

FÖRVALTNING

Stockmann publicerar en separat översikt om förvaltning (Corporate Governance). Översikten är en del av Stockmanns årsrapportering och kan läsas på ar2016.stockmangroup.com.

Stockmann verkar etiskt och uppfyller internationella och nationella lagar och förordningar som gäller i de länder där bolaget har verksamhet. Dessa lagar och förordningar omfattar bl.a. lagstiftningen gällande värdepappersmarknaden, konkurrens, konsumenter, marknadsföring, produktansvar, sysselsättning, miljö, integritet och jämlikhet. I sin affärsverksamhet strävar Stockmann efter att överträffa de minimikrav som föreskrivs i lagar, avtal och konventioner.

Stockmanns uppförandekod, som finns på koncernens webbplats, definierar vårt sätt att arbeta, för alla anställda och ledningen, utan undantag. Koden omfattar följande punkter:

- lakttagande av lagstiftning och etisk verksamhet
- Fri konkurrens och konsumenträttigheter
- Personal och arbetsvillkor
- Miljön • Korruption och intressekonflikter

Stockmann kräver även att varuleverantörer och partners följer dessa principer. Koden kompletteras vid behov av mer detaljerade regler och riktlinjer som inte får stå i strid med Stockmanns uppförandekod.

Stockmanns verksamhet styrs även av internationella avtal och rekommendationer, som FN:s allmänna förklaring om mänskliga rättigheter och barnkonventionen, ILO:s deklARATION om grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet och OECD:s riktlinjer för multinationella företag. Stockmann har förbundit sig till FN:s Global Compact-initiativ sedan år 2011 och främjar i enlighet med detta mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljöskydd och att motverka korruption. Stockmann har förbun-

dit sig att främja FN:s mål för hållbar utveckling, i enlighet med vad som presenteras på sidan 4.

Andra frivilliga förbindelser omfattar principerna för Business Social Compliance Initiative på koncernnivå sedan år 2005, Bangladesh Accord on Fire and Building Safety sedan år 2013 samt principerna för ansvarsfull importhandel av International Association of Department Stores (IADS) sedan år 2002.

Genom Lindex har bolaget dessutom förbundit sig till frivilliga initiativ, såsom Better Cotton Initiative och Fair Wage Network som fokuserar på avlöning.

Klagomålsmekanismer i anslutning till arbetsförhållanden och kränkningar av mänskliga rättigheter beskrivs på sidan 17.

CSR-ORGANISATION

Stockmanns styrgrupp för samhällsansvar, som leds av Nora Malin, kommunikationsdirektör, ansvarar för ledningen, utveckling och uppföljning av CSR i Stockmannkoncernen. CSR-styrgruppen godkänner rekommendationer på koncernnivå, ställer upp målen för ansvarsarbetet och definierar förfaranden som omsätts i praktiken genom de normala ledningssystemen. CSR-styrgruppen har enats om en CSR-strategi och följer upp dess förverkligande. Stockmanns ledningsgrupp har godkänt CSR-strategin.

I anslutning till målen och aktuella frågor inom samhällsansvar bildas vid behov separata arbetsgrupper som bereder eller genomför de frågor och beslut som styrgruppen behandlat. Under åren 2015-2016 utarbetade en arbetsgrupp bestående av experter från Stockmann Retail, Real Estate och de gemensamma funktionerna en ny CSR-strategi för åren 2016-2018.

Stockmanns miljöledningsgrupp sammanträder regelbundet för att följa upp miljöledningsfrågor såsom krävs i ISO 14001-certifikatet.

Lindex ledningsgrupp svarar för hållbarhetsarbetets riktning och strategi på Lindex, i linje med strategin på koncernnivå. Det globala CSR-teamet stöder ledningsgruppen i uppställandet av mål, skapandet av strategin och ledning av hållbarhetsarbetet. Varje verksamhetsland och avdelning drar upp linjer för sitt ansvarsarbete enligt en gemensam linje. Lindex ledningsgrupp behandlar ansvarsfrågor regelbundet. Besluten verkställs och implementeringen övervakas genom de vanliga ledningssystemen.

Stockmanns kommunikation och CSR-enhet ansvarar för utveckling av, koordination och rapportering om koncernens samhällsansvarsåtgärder.

ANTIKORRUPTION OCH KONKURRENSBEGRÄNSANDE BETEENDE

Stockmanns principer om antikorrupcion och konkurrensbegränsande beteende ingår i Stockmanns uppförandekod och specificeras ytterligare i Stockmanns antikorrupcionspolicy som godkändes i augusti 2014. Bägge finns tillgängliga på koncernens webbplats.

Stockmanns personal och ledning måste agera i bästa intresse för bolaget och på ett sätt som undviker intressekonflikter. Stockmann strävar efter att utöva transparent och ansvarsfull verksamhet.

Redan innan den koncernövergripande policyn fastslogs anvisades Stockmanns personal om Stockmanns principer om mottagande av prover, gåvor, resekostnader eller andra penningförmåner, särskilt från leverantörer, i reglerna om personalrabatter. Likaså har Lindex etikpolicy utgjort grunden för att motverka alla former av korruption hos bolaget. Policyn tillämpas i alla verksamhetsländer och alla leverantörer informeras om policyn innan samarbetet med dem börjar. Bland annat får våra leverantörer inte ge andra än sedvanliga företagspresenter eller någon annan slags fördelar åt enskilda anställda.

Stockmann är stiftande medlem i Transparency Finland rf, den finländska avdelningen av Transparency International, en organisation som arbetar för att bekämpa internationella mutbrott och korruption och som verkar i 90 länder.

RISKBEDÖMNING FÖR KORRUPTION

Koncernens internationella verksamhet innebär utmaningar för kraftfulla åtgärder mot korruption. Antikorruptionsprinciperna ingår i BSCI:s uppförandekod och Stockmanns uppförandekod för varuleverantörer, som används inom leveranskedjan för våra egna varumärken och som införts i leveranskedjan för våra egna varumärken.

Styrelsen har godkänt bolagets riskhanteringsprinciper, vilka gäller Stockmannkoncernens samtliga affärsenheter och affärsområden. En väsentlig del av den interna kontrollen utgörs av den interna revisionen, som verkar som en oberoende enhet under verkställande direktören och rapporterar sina iakttagelser till styrelsen.

Stockmanns styrelse och ledningsgruppen utvärderar regelbundet vilka riskfaktorer affärsverksamheterna utsätts för och huruvida riskhanteringsåtgärderna är tillräckliga som en del av strategiprocesen. Riskhanteringen stöds av interna kontrollsystem och riktlinjer. Riktlinjerna för riskhantering har utarbetats separat bl.a. för följande områden: It och informationssäkerhet, finansverksamhet, miljöfrågor, missbruk, säkerhet och försäkringar.

Affärsenheternas ledningsgrupper ansvarar för att göra upp finans- och strategiplaner i sina enheter. Att analysera affärsrisker och bedöma åtgärder är en del av strategiplaneringen. Affärsriskerna analyseras även utanför strategiprocesen, särskilt i samband med betydande projekt och investeringar och rapporteras till styrelsen vid behov. Företagets riskhantering, riskfaktorer och interna kontrollsystem förklaras i närmare detalj i årsrapporteringens förvaltningsöversikt som finns på adressen ar2016.stockmanngroup.com.

KOMMUNIKATION OCH UTBILDNING OM ANTIKORRUPTIONSPOLICYER OCH ANTIKORRUPTIONSRUTINER (SO4)

Personalen utbildas i frågor som rör uppförandekoden och uppmanas att kontakta sina förmän när bästa tillvägagångssätt är oklart. Den koncernövergripande uppförandekoden är publicerad på koncernens webbplats och kommuniceras internt på intranätet.

Implementeringen av den år 2016 ibruktagna e-learningen för Stockmannkoncernens verksamhetsprinciper fortsatte år 2016. Målet är att alla Stockmannanställda genomgått utbildning i slutet av år 2018 och verkar i enlighet med dess riktlinjer. I slutet av år 2016 hade 33 procent av de anställda inom Stockmanns stödfunktioner och varuhusens förmän genomgått utbildningen (2015: 35 procent av personalen i stödfunktionerna). Implementeringen har planerats fortsätta under år 2017.

Under år 2016 uppdaterades Lindex etiska principer för att möta rådande förhållanden och för att stämma överens med koncernens verksamhetsprinciper. Stockmanns verksamhetsprinciper, Lindex etiska principer, antikorruptionspolicyn och whistle-blowing-kanalen kommer alla att ingå i en e-learning för samtliga Lindex medarbetare.

Reglerna om personalrabatter och Lindex etikpolicy innehåller även information om antikorruptionspolicyer.

BEKRÄFTADE KORRUPTIONSFALL OCH VIDTAGNA ÅTGÄRDER (SO5, SO6, SO7)

Stockmann informerades inte om några korruptionsrelaterade stämningar mot Stockmannkoncernen år 2016.

Stockmann stöder inte politiker, politiska partier eller dylika organisationer genom direkta eller indirekta politiska bidrag eller donationer.

År 2016 fanns det inga rättsliga åtgärder eller domar för brott mot konkurrensrättsliga regler, karteller eller missbruk av dominerande ställning.

GRI-INNEHÅLLSINDEX

Kod	GRI innehåll	Nivå för rapportering	Sidnummer och avsnitt i översikten eller annan position	Tilläggsinformation eller information om utlämning
ALLMÄNNA STANDARDUPPLYSNINGAR				
Strategi och Analys				
G4-1	Uttalande av verkställande direktör	fullt	2, Verkställande direktören, 4, Vårt Engagemang, 5-7, CSR strategi, Verkställande direktörens översikt i Affärsrapporten "Vårt År 2016"	
Organisationsprofil				
G4-3	Organisationens namn	fullt	31-34, Ekonomi och Förvaltning	
G4-4	De viktigaste varumärkena, produkterna/tjänsterna	fullt	Affärsrapporten "Vårt År 2016"	
G4-5	Lokalisering av organisationens huvudkontor	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
G4-6	Antal länder och namn på dessa där organisationen har verksamhet eller är relevanta ur hållbarhets aspekten	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet, 23-31, Produkter	
G4-7	Ägarstruktur och företagsform	fullt	Affärsrapporten "Vårt År 2016", Förvaltningsöversikt	
G4-8	Marknader som organisationen är verksam på	fullt	Affärsrapporten "Vårt År 2016",	
G4-9	Organisationens storlek	fullt	Affärsrapporten "Vårt År 2016",	
G4-10	Antal anställda enligt arbetsavtal	fullt	14-22, Personal	
G4-11	Andel av samtliga anställda som omfattas av kollektivavtal	fullt	14-22, Personal	
G4-12	Beskrivning av organisationens leverantörskedja	fullt	23-31, Produkter, och lista över leverantörer och fabriker för egna modevarumärken på koncernens nätsida www.stockmangroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista och Affärsrapporten "Vårt År 2016"	
G4-13	Förändring i organisationens storlek, struktur, ägarskap, leverantörskedja	fullt	Bokslutet / Styrelsens verksamhetsberättelse	Stockmann avstod från sin varuhusverksamhet i Ryssland genom att sälja sitt dotterbolag AO Stockmann, till Reviva Holdings Limited den 1 februari 2016. Försäljning av Hobby Hall slutfördes den 31 december 2016. Varuhuset i Uleåborg stängdes i slutet av januari 2017, beslutet gjordes under våren 2015.
G4-14	Hantering av försiktighetsprincipen	fullt	Förvaltningsöversikt, Bokslutet, Noter till koncernens bokslut	
G4-15	Externa hållbarhetsinitiativ som organisationen stödjer	fullt	39-42, Ekonomi och Förvaltning	
G4-16	Medlemskap i föreningar, branschsammanlutningar	fullt	stockmangroup.com	Information om Stockmanns och Lindex medlemskap i föreningar, branschsammanlutningar publiceras på koncernens webbsida
Identifierade väsentliga aspekter och avgränsningar				
G4-17	Enheter som ingår i rapporteringen	fullt	Bokslut, Noter till koncernens bokslut	
G4-18	Process för att definiera rapportens innehåll	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	Väsentlighetsbedömningsprocessen är beskriven i sin helhet på koncernens webbsida samt i föregående 2015 CSR översikt
G4-19	Identifierade väsentliga aspekter	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet	Väsentlighetsbedömningsprocessen är beskriven i sin helhet på koncernens webbsida samt i föregående 2015 CSR översikt
G4-20	Respektive aspekts avgränsningar inom organisationen	fullt	stockmangroup.com	Väsentlighetsbedömningsprocessen är beskriven i sin helhet på koncernens webbsida samt i föregående 2015 CSR översikt
G4-21	Respektive aspekts avgränsningar utanför organisationen	fullt	stockmangroup.com	Väsentlighetsbedömningsprocessen är beskriven i sin helhet på koncernens webbsida samt i föregående 2015 CSR översikt
G4-22	Förklaring till effekten av förändringar av information som lämnats i tidigare rapporteringar och skälen för sådana förändringar	fullt	-	Förändringar redovisas vid relevanta indikatorer
G4-23	Väsentliga förändringar som gjorts sedan föregående rapporterings-period vad gäller avgränsning och omfattning	fullt	-	Förändringar redovisas vid relevanta indikatorer

Intressentengagemang					
G4-24	Lista över intressentgrupper	fullt	9, Intressentengagemang		
G4-25	Princip för identifiering och urval av intressenter	fullt	9, Intressentengagemang		
G4-26	Organisationens tillvägagångssätt vid kommunikation med intressenter	fullt	9, Intressentengagemang		
G4-27	Viktiga områden och frågor som har lyfts via kommunikation med intressenter	fullt	9, Intressentengagemang, och relevanta avsnitt i CSR översiktet		
Rapportens beskrivning					
G4-28	Rapporteringsperiod	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet		
G4-29	Datum för publicering av den senaste rapporten	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet		
G4-30	Rapporteringscykel	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet		
G4-31	Kontaktuppgifter för frågor angående översiktet	fullt	3, Till Läsaren, Affärsrapporten "Vårt År 2016"		
G4-32	GRI-innehållsindex	fullt	43-47		
G4-33	Organisationens policy för externt kontroll	fullt	8, Rapporteringsprinciper och väsentlighet		Översiktet har inte granskats av en tredje part. De delar som presenteras i bokslutet är externt kontrollerade. Mitopro Ab har konsulterat oss vid beräkningen av koldioxid-avtrycket 2016.
Styrning					
G4-34	Redogörelse för organisationens bolagsstyrning	fullt	39-42, Ekonomi och Förvaltning, och Förvaltningsöversikt		
Affärsverksamhetens etiskhet					
G4-56	Organisationens värderingar, principer och koder för uppförande	fullt	4, Vårt Engagemang, 39-42, Ekonomi och Förvaltning,		
SPECIFIKA STANDARDUPPLYSNINGAR					
					Rapporteras på basen av identifierade väsentliga aspekter.
Disclosure on Management Approach					
	Beskrivning av ledningsmetoder (DMA)	fullt	4-42		Ledningsmetod för varje väsentlig aspekt redovisas under relevant tema eller under egen rubrik.
Ekonomiskt ansvar					
Ekonomiska resultat					
G4-EC1	Skapat och levererat ekonomiskt mervärde	fullt	39-42, Ekonomi och Förvaltning		
G4-EC4	Finansiellt stöd från den offentliga sektorn	delvist	39-42, Ekonomi och Förvaltning		
Inköpsprinciper					
G4-EC9	Andel av utgifterna till lokala leverantörer på väsentliga verksamhetsplatser	ej rapporterat			Aspekten definieras väsentlig men indikatorn är inte lämplig. Ytterligare information om inköpspraxis finns i avsnittet "Produkter" (23-31) och på koncernens nätsida med en lista på egna modemärkens leverantörer och fabriker (Stockmann, Lindex).
Miljöansvar					
Material					
G4-EN1	Materialanvändning per vikt eller volym	fullt	stockmanngroup.com		Information gällande Stockmann Retail och Lindex användning av förpackningsmaterial publiceras på koncernens websida.
Energi					
G4-EN3	Energianvändning inom organisationen	fullt	32-38, Miljö		
G4-EN4	Energianvändning utanför organisationen	ej rapporterat	32-38, Miljö		En begränsad mängd data samlas in på energiförbrukning utanför organisationen för EN17 / Scope 3. A
G4-EN5	Energi intensitet	ej rapporterat			Energiintensiteten i Stockmanns varuhus i Finland övervakas och används som underlag för åtgärder för energieffektivitet, men för närvarande rapporteras det inte.
G4-EN6	Minskning av energiförbrukning	ej rapporterat	32-38, Miljö		Detaljerad information om olika insatser för att minska energi-förbrukningen är rapporterat i avsnittet "Miljö". Minskning i joule kan inte för tillfället rapporteras.
Vatten					

G4-EN8	Total vattenanvändning per källa (inklusive ytvatten, grundvatten, regnvatten, avloppsvatten, kommunalt vatten)	fullt	32–38, Miljö	
G4-EN9	Vattenkällor som väsentligt påverkas genom indragning av vatten	fullt	32–38, Miljö	Bolaget har inga utsläpp i vattensystemet.
G4-EN10	Total volym av vatten som återvinns och återanvänds	fullt	32–38, Miljö	Vatten återvinns eller återanvänds inte i verksamheten.
Biodiversitet				
G4-EN11	Verksamhetsplatser som ägs, hyrs eller administreras och är belägna vid naturskyddsområden eller vid områden med hög biodiversitet	ej rapporterat		Inte en väsentlig aspekt. Bolagets varuhus och butiker är belägna i områden som är planerade för kommersiella fastigheter. Koncernens påverkan på biodiversiteten är låg, då kommersiella fastigheter inte är placerade på naturskyddsområden eller på områden med hög biodiversitet.
Utsläpp				
G4-EN15	Direkta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 1),	fullt	32–38, Miljö	
G4-EN16	Indirekta växthusgasutsläpp (GHG) från energi (Scope 2)	fullt	32–38, Miljö	
G4-EN17	Andra indirekta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 3)	fullt	32–38, Miljö	
Spillvatten och avfall				
G4-EN22	Totalt utsläpp till vattenavloppssystem	fullt	32–38, Miljö	Avloppsvattnet från verksamheten leds till kommunala avlopp. Det finns inga utsläpp till vatten i Stockmanns verksamhet som GRI hänvisar till.
G4-EN23	Total avfallsvikt, per typ och hanteringsmetod	fullt	32–38, Miljö	
G4-EN24	Totalt antal och volym av väsentligt spill	fullt	GRI Innehållsindex	Under år 2016 förekom det inga miljöolyckor eller brott relaterade till miljöaspekter.
Produkter och tjänster				
DMA: Produkters miljöprestanda				
G4-EN27	Omfattningen av åtgärder för att minska miljöpåverkan från produkter och tjänster	ej rapporterat		Aspekten definieras väsentlig men GRI-indikatorn är inte lämplig för Stockmanns verksamhet. Väsentlig information presenteras i avsnittet "Produkt" och kapitlet "Miljöresultat för produkter" (sid 23).
G4-EN28	Andelen återvunna produkter och förpackningar av de produkter som säljs per produktgrupp	ej rapporterat		Aspekten definieras väsentlig men GRI-indikatorn är inte lämplig för Stockmanns verksamhet. Väsentlig information presenteras i avsnittet "Miljö" och kapitlet "Spillvatten och avfall" (sid 36).
Transport				
G4-EN30	Väsentlig miljöpåverkan av transporter av produkter och andra material för organisationens verksamhet samt personalens arbetsresor	fullt	32–38, Miljö	
Leverantörsutvärderingar med avseende på miljö				
G4-EN32	Andel av nya leverantörer som valts med hjälp av kriterier för miljöfrågor	delvist	32–38, Miljö	
G4-EN33	Betydande faktiska och potentiella negativa konsekvenser för miljön i leveranskedjan och åtgärder som vidtagits	delvist	23–31, Produkter	
G4-EN34	Antal klagomål om miljöpåverkan genom formella klagomåls mekanismer	fullt	GRI Innehållsindex	År 2016 har det inte lämnats in några klagomål gällande miljöpåverkan via den officiella anmälningskanalen. I Stockmann Retail-affärenheten har man ett rapporteringssätt i bruk där man kan rapportera brister i miljöpraxis, såsom till exempel sorteringsfel.

Socialt ansvar					
Anställningsförhållanden och arbetsvillkor					
Sysselsättning					
G4-LA1	Totalt antal och andel av nyanställningar och personalomsättning efter åldersgrupp, kön och region	fullt	14–22, Personal		Information om fördelning efter kön och åldersgrupp har inte samlats in.
G4-LA2	Förmåner som ges till heltidsanställd personal som inte omfattar visstids- eller deltidsanställda, enligt väsentliga verksamhetsplatser	fullt	14–22, Personal		
Relationer mellan personal och ledning					
G4-LA4	Kortaste uppsägningstider avseende verksamhetsförändringar, inklusive om dessa anges i kollektivavtal	fullt	14–22, Personal		
Företagshälsövård och säkerhet i arbetet					
G4-LA6	Typ av skada och skadefrekvens, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade dagar, frånvaro samt totalt antal arbetsrelaterade dödsolyckor per region och kön	fullt	14–22, Personal		Information om fördelning enligt kön är inte tillgänglig för närvarande.
Utbildning					
G4-LA9	Genomsnittligt antal utbildningstimmar per anställd per kön, och per personalkategori utbildningstimmar per anställd per kön, och per personalkategori	fullt	14–22, Personal		Information om fördelning enligt kön och personalkategori är inte tillgänglig för närvarande.
G4-LA10	Program för vidareutbildning och livslångt lärande för att stödja fortsatta anställbarhet för anställda och hjälpa dem att hantera karriärlut	fullt	14–22, Personal		
G4-LA11	Antalet av anställda som har regelbundet utvärderings- och karriärutvecklingssamtal, enligt kön och personalkategori.	fullt	14–22, Personal		
Mångfald och jämställdhet					
G4-LA12	Sammansättning av administrationen samt uppdelning av anställda efter kön, åldersgrupp, minoritetsgrupp-tillhörighet och andra mångfalds-indikatorer	fullt	14–22, Personal		I enlighet med finländsk lagstiftning insamlas inte information om minoritetsgrupp-tillhörighet.
Lika lön för kvinnor och män					
G4-LA13	Förhållande mellan grundlön och ersättning för kvinnor i förhållande till män per anställningskategori, enligt väsentliga verksamhetsställen	fullt	14–22, Personal		Rapporteringen omfattar verksamhet i Finland.
Leverantörsbedömning för arbetsmarknadspraxis					
G4-LA14	Andel av nya leverantörer som valts med hjälp av kriterier för arbetsförhållanden	fullt	23–31, Produkter		
G4-LA15	Betydande faktiska och potentiella negativa konsekvenser för arbetsförhållanden i leveranskedjan och åtgärder som vidtagits	fullt	23–31, Produkter		
Arbetsmarknadspraxis klagomålsmekanismer					
G4-LA16	Antal klagomål om arbetspraxis genom formella klagomålsmekanismer	fullt	14–22, Personal		
Mänskliga rättigheter					
Icke-diskriminering					
G4-HR3	Totalt antal diskrimineringsfall och korrigerande åtgärder som vidtagits	fullt	14–22, Personal		
Organisationsfrihet och kollektivavtal					
G4-HR4	Verksamhet och leverantörer som identifierats där rätten att utöva organisationsfriheten och rätten till kollektivavtal kan kränkas eller vara väsentligt hotad och åtgärder som vidtagits för att stödja dessa rättigheter	fullt	14–22, Personal		
Bedömning av mänskliga rättigheter					
G4-HR9	Totalt antal och procentandel av verksamheter som har varit föremål för granskningar av mänskliga rättigheter eller konsekvensbedömningar	fullt	14–22, Personal		

Leverantörsbedömning för mänskliga rättigheter					
G4-HR10	Andel av nya leverantörer som valts med hjälp av kriterier för mänskliga rättigheter	fullt	23–31, Produkter		
G4-HR11	Betydande faktiska och potentiella negativa konsekvenser för mänskliga rättigheter i leveranskedjan och åtgärder som vidtagits	fullt	23–31, Produkter		
Mänskliga rättigheters klagomålsmekanismer					
G4-HR12	Antal klagomål om mänskliga rättigheter genom formella klagomål mekanismer	fullt	14–22, Personal		
Samhälleliga inverknings					
Antikorruption					
G4-SO4	Kommunikation och utbildning om antikorrupsionspolicyer och antikorrupsionsrutiner	fullt	39–42, Ekonomi och Förvaltning		
G4-SO5	Bekräftade korruptionsfall och vidtagna åtgärder	fullt	39–42, Ekonomi och Förvaltning		
Politiska bidrag					
G4-SO6	Totalt värde av politiska bidrag per land och mottagare/stödmottagare	fullt	39–42, Ekonomi och Förvaltning		Även om indikatorn rapporteras, aspekten anses inte vara väsentlig.
Konkurrensbegränsande beteende					
G4-SO7	Totalt antal juridiska åtgärder gällande konkurrensbegränsande beteende, antitrust- och monopolverksamhet samt deras utfall	fullt	39–42, Ekonomi och Förvaltning		
Produktansvar					
Kundernas hälsa och säkerhet					
G4-PR2	Det totala antalet incidenter gällande icke överensstämmelse med regler samt frivilliga regler om effekterna av produkter och tjänster på hälsa och säkerhet under deras livscykel, efter typ av utfall	fullt	23–31, Produkter		
Produkt- och servicemärkning					
G4-PR5	Resultat från undersökningar om kundnöjdhet	fullt	10–13, Kunder		
Marknadskommunikation					
G4-PR6	Försäljning av förbjudna eller omtvistade produkter	fullt	23–31, Produkter		
G4-PR7	Det totala antalet incidenter gällande icke-överensstämmelse med regler samt frivilliga regler om marknads-kommunikation, inklusive reklam, marknadsföring och sponsring, efter typ av resultat	fullt	10–13, Kunder		
Kundens integritet					
G4-PR8	Det totala antalet motiverade klagomål gällande kundsekretess och förlust av kunddata	fullt	10–13, Kunder		
G4-PR9	Betydande böter för brott mot gällande lagar och regler gällande tillhandahållandet och användningen av produkter och tjänster	fullt	23–31, Produkter		

