

CSR 2018



STOCKMANN

TILL LÄSAREN

År 2018 fokuserade vi ytterligare på att inspirera våra kunder med ansvarsfulla val. Under året introducerade vi nya, hållbara varumärken och produkter som en del av vårt urval. Dessutom ökade vi avsevärt användningen av ansvarsfulla material i våra egna märkesplagg. Vi är stolta över att kunna rapportera att redan 30 % (10) av Stockmanns egna märkesplagg var gjorda av ansvarsfulla material och 65 % av de egna märkens trikåplagg var tillverkade av ekologiskt bomull. Hos Lindex däremot var redan 55 % av urvalet tillverkat av ansvarsfulla material och en betydande andel av bomullen, 96 %, är hållbart.

Under rapporteringsåret har både Stockmann och Lindex arbetat på bolagens CSR- och hållbarhetsstrategier. Intressentengagemang har varit en viktig del av strategiarbetet och därför vill vi tacka alla våra väsentliga intressentgrupper för deras värdefulla insats i processen.

I den här CSR-rapporten presenterar vi våra CSR mål och vårt arbete för att uppnå vårt syfte om att vara ett ansvarsfullt bolag som inspirerar sina kunder till hållbara val.

Vi önskar dig en god läsning och skicka gärna feedback, csr@stockmann.com.

Emilia Gädde
CSR-chef



INNEHÅLL

- 3 Kort om Stockmann
- 4 Principerna för CSR
- 7 CSR-strategi och -löfte
- 9 CSR höjdpunkter 2018
- 10 Rapporteringsprinciper & väsentlighet
- 12 Intressentengagemang
- 13 Kunder
- 18 Personal
- 27 Produkter & leveranskedjan
- 35 Miljö
- 41 Ekonomi & förvaltning
- 47 GRI-innehållsindex



LÄS MER

Alla översikter finns tillgängliga på svenska, finska och engelska på adressen ar2018.stockmanngroup.com

OM RAPPORTEN

Stockmanns rapportering består av fyra delar: Affärsrapporten "År 2018", en ekonomisk översikt, en förvaltningsöversikt och CSR. I den här rapporten presenterar vi våra CSR-relaterade teman, mål och resultat i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) Standards-riktlinjerna. Vi tillämpar riktlinjernas Core-nivå.



This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.



KORT OM STOCKMANN

Stockmann, grundat år 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Bolaget har över 44 000 aktieägare och antalet anställda är ca 7 000. Koncernen har tre affärsenheter: Lindex, Stockmann Retail och Real Estate.

Bolaget har 8 varuhus, 474 modebutiker och 3 fastigheter i 18 länder. Bolagets huvudkontor och gemensamma funktioner är belägna i Helsingfors. Dessutom har bolaget 5 inköpskontor i Bangladesh, Indien, Kina och Turkiet.

Stockmann erbjuder högklassigt urval av varumärken, professionell kundservice och utomordentliga upplevelser i sina varuhus, modebutiker och näthandel. Vår vision är att vara inspirationens första källa för modernt, urbant liv.

VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN

”Stockmann stödjer FN:s initiativ Global Compact. I enlighet med det främjar Stockmann mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och arbete mot korruption. Den här rapporten 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 ”År 2018.”

BUTIKER I
18 LÄNDER

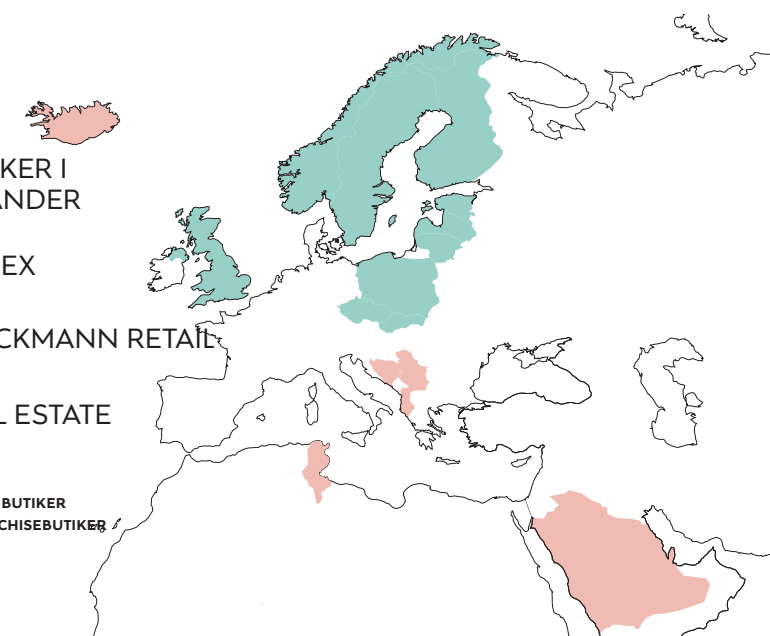
LINDEX

STOCKMANN RETAIL

REAL ESTATE

EGNA BUTIKER

FRANCHISEBUTIKER





PRINCIPERNA FÖR CSR

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



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

Vägleddande i CSR-arbetet är Stockmanns strategi och värderingar, Stockmanns uppförandekod, CSR-strategin, nationella lagar och förordningar i de länder där vi är verksamma, samt internationella avtal och rekommendationer. Vårt praktiska arbete styrs även av många frivilliga överenskommelser och initiativ, samt andra principer, policyn och praxis, som t.ex. policyn för mänskliga rättigheter, antikorrupsionspolicy, personalpolitiken, miljöpolicy och produktriktlinjerna.

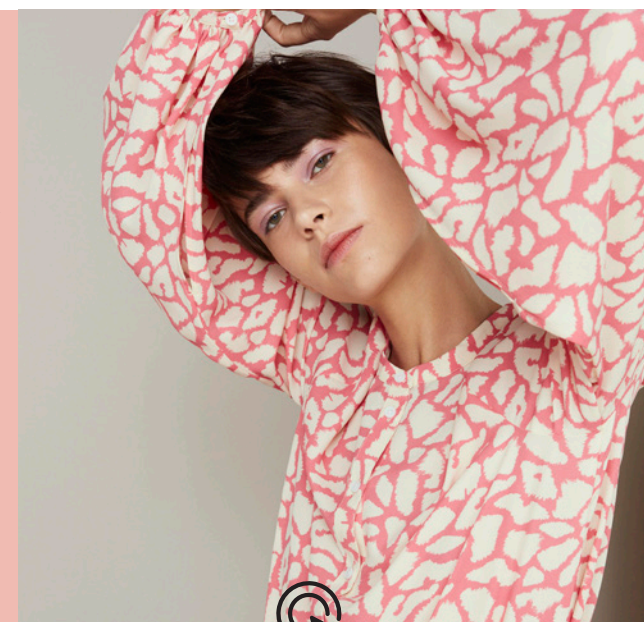
Stockmann agerar etiskt på hög nivå och följer i sin verksamhet gällande internationella samt nationella lagar och förordningar. I vår verksamhet strävar vi att överskrida minimikraven i lagar, förordningar och praxis.



VÄSENTLIGA ÖVERENSKOMMELSER

Stockmann har förbundit sig till flera internationella deklarationer och konventioner. De väsentligaste överenskommelserna är:

- FN:s konvention om mänskliga rättigheter och om barnets rättigheter
- ILO:s deklaration om grundläggande principer och rättigheter i arbetslivet
- OECD:s riktlinjer för multinationella företag
- FN:s principer för företag och mänskliga rättigheter från år 2018
- FN:s globala mål för hållbar utveckling från år 2016
- FN:s Global Compact-principer från år 2011
- amfori BSCI – uppförandekod på koncernnivå från år 2005
- Avtalet om brand- och byggnadssäker i Bangladesh (Accord) från år 2013



STOCKMANNS UPPFÖRANDEKOD

Stockmanns uppförandekod definierar vårt sätt att arbeta, för alla medarbetare och chefer, utan undantag. Stockmann kräver även att varuleverantörer och partners följer principerna i uppförandekoden, som täcker följande huvudpunkter:

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



FN:S GLOBALA HÅLLBARHETSMÅL



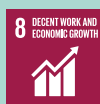
THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

Stockmann har åtagit sig att stöda FN:s hållbara utvecklingsmål (SDG). Av de 17 målen har vi identifierat fem mål som är de mest relevanta för vår verksamhet och som vi kan påverka mest på.



HÅLLBAR KONSUMTION OCH PRODUKTION

Vårt bidrag innebär att ansvar är integrerat i vår övergripande affärsverksamhet, det är inkluderat i våra leverantörskedjor, vårt urval samt i vår marknadsföring och kommunikation.



ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Vårt bidrag inkluderar ansvaret gentemot våra medarbetare och människor i leverantörskedjan genom att tillhandahålla en säker arbetsmiljö och att arbeta för en lönsam affärsverksamhet vad avser våra intressenter.



BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

Vi bidrar genom att minska utsläpp, öka energieffektiviteten och genom att utföra källsortering och återvinning. Dessutom strävar vi efter att öka användningen av ansvarsfulla material i våra egna märkesplagg.



JÄMSTÄLLDHET

Vårt bidrag är att aktivt främja jämställdhet i alla personalkategorier. Dessutom arbetar Lindex med att förstärka kvinnans ställning i sina globala leverantörskedjor med projekt som WE Women by Lindex och HERproject.



GENOMFÖRANDE OCH GLOBALT PARTNERSKAP

Vi bidrar genom aktivt engagemang och samarbete med våra väsentliga intressentgrupper. Vi är övertygade om att vi tillsammans kan driva en förändring mot en hållbar framtid.



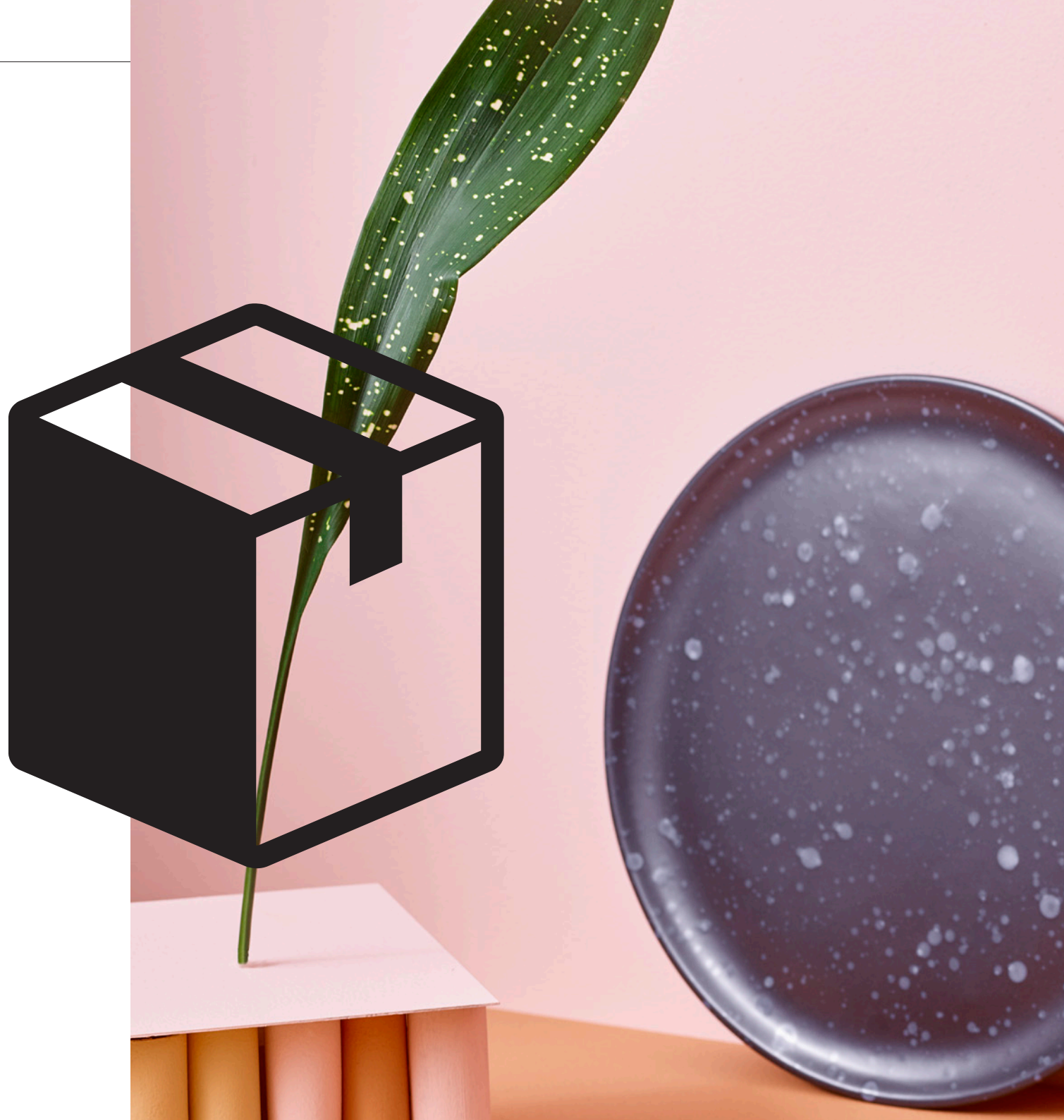
Lindex har även identifierat att SDG 6 Rent vatten och sanitet är ett mål som verksamheten kan påverka mest på.





STOCKMANNNS CSR-STRATEGI OCH -LÖFTE

År 2018 utarbetades och godkändes Stockmannns CSR-strategi för 2019–2021. I den förnyade CSR-strategin har prioriteringar och mål för Stockmannns ansvarsarbete fastställts. Vår nya strategi kommer att vägleda vårt arbete för att uppfylla vårt CSR-löfte.





Ar 2018 utarbetades Stockmanns CSR-strategi för åren 2019–2021. Strategiarbetet inleddes genom att analysera Stockmanns nuläge, verksamhetsmiljö och de drivande trenderna i det omgivande samhället. För att identifiera relevanta faktorer arbetade vi över avdelningsgränser och specialister från både Stockmann Retail och Real Estate deltog och försåg sin expertis till processen. Som en del av strategiprocessen genomförde vi en intressentundersökning. Vi fick över 300 svar av individer som representerar våra mest väsentliga intressentgrupper. Vi genomförde även djupintervjuer med våra leverantörer, aktieägare och investerare, serviceleverantörer samt med myndigheter och organisationer. Svaren vi fick var värdefulla för vår affärsverksamhet och erbjöd oss en ingående förståelse i våra intressentgruppers erfarenheter och förväntningar. Under arbetet av CSR-strategin lade vi vikt vid att den följer riktlinjerna av koncernens strategi och stöder målet om att erbjuda en unik och inspirerande kundupplevelse i alla våra kanaler.

I den förnyade CSR-strategin är de strategiska målen grupperade under fyra prioriteringsområden som skapar framtiden för vårt ansvarsarbete. Nyckeltal som möjliggör uppföljning och utvärdering av vårt CSR-arbete har fastställts för varje område. Vårt nya CSR-löfte är att vi inspirerar och stöder våra kunder i att göra ansvarsfulla val. Vi arbetar för en mer hållbar framtid.

CSR-strategin – dess prioritetområden och mål, godkändes av Stockmanns CSR styrgrupp i slutet av år 2018 och av ledningsgruppen i början av 2019.

Den här rapporten följer strukturen av Stockmanns CSR-strategi 2016–2018 och dess väsentliga teman.

LINDEX

Lindex ambition är att bli erkänd som en ledande modedetaljhandlare och ses som en av modebranschens mest hållbara, transparenta och pålitliga företag. Lindex vill vara det företag som har gått över de normala gränserna för att driva ett förändringsarbete. Genom att vara innovativ, transparent och genom att fungera för att skapa en positiv inverkan kommer Lindex att driva en hållbar förändring i samarbete med sina leverantörer, partners och kunder. Eftersom bolagets största påverkan ligger i produkten har man fastställt ambitiösa mål gällande produkternas miljö- och sociala aspekter. År 2020 kommer 80 % av Lindex sortiment att tillverkas av mera hållbara material, enligt mera hållbara processer och vid mera ansvarsfulla produktionsanläggningar. 100 % av bomullen som används i produkterna kommer att vara ekologisk bomull, BCI-bomull (Better Cotton Initiative) eller återvunnen bomull.

Under år 2019 lanserar Lindex sin nya ambition och sina nya hållbarhetsmål för 2025.

CSR-LÖFTE //

Vi inspirerar och stöder våra kunder i att göra ansvarsfulla val. Vi arbetar för en mer hållbar framtid.



CSR-STRATEGI 2019–2021

VÅR VISION // STOCKMANN ÄR KUNDERNAS INSPIRATIONSKÄLLA

Nº1 FÖR ETT
MODERNT,
URBANT
LIV



GRUND // STOCKMANNS VÄRDEN OCH VERKSAMHETSPRINCIPER





CSR-HÖJDPUNKTER ÅR 2018

- Redan **30 %** av Stockmanns egna märkesplagg och **55 %** av Lindex urval är producerade av ansvarsfulla material.
- **96 %** av bomullen som används av Lindex är **hållbart odlat**.
- Redan **65 %** av Stockmanns BOGI, CUBE, Cap Horn, Bodyguard och NOOM märkes trikå plagg är gjorda av **ekologisk bomull**.
- **Alla** av Stockmanns affärsverksamheter i Finland är **ISO 14001-certifierade**.
- I början av 2018 **utökade Lindex One Bag Habit** till att omfatta alla sina marknader. Både Stockmann och Lindex tar nu betalt för alla påsar i samtliga butiker. **Enbart 30 %** av kunderna har valt att köpa en påse.
- Vi introducerade den gamla klassikern, **One Way**, som en tillfällig pop up-butik. Vårt mål var att uppmuntra våra kunder till ett mer könsneutralt sätt att uttrycka sin stil.
- **Lindex och WaterAid startade ett gemensamt projekt** för att öka tillgången till rent dricksvatten och sanitet samt förbättrad hygien i Dhaka, Bangladesh.
- Vi minskade med **25 %** utsläpp genererade från våra distributionstransporter under åren 2015–2018.





RAPPORTERINGS- PRINCIPER OCH VÄSENTLIGHET

Den här CSR-rapporten presenterar fokusområden och resultat från Stockmanns ansvarsarbete i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) Standardriktlinjerna och riktlinjernas Core-nivå.

Rapportperioden är räkenskapsperioden från den 1 januari till den 31 december 2018. Den föregående rapporten, som avsåg 2017, publicerades den 1 mars 2018.

Rapporten omfattar Stockmannkoncernens egen verksamhet, som år 2018 bestod av tre affärsenheter – Lindex, Stockmann Retail och Real Estate. I miljö siffrorna ingår också information om varuhusens hyresgäster. Leveranskedjan behandlas i den omfattning som anges i väsentlighetsanalysen.

GRI-indikatorer har valts baserat på väsentlighet. 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. 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.

Rapporten har inte granskats av en tredje part. De finansiella indikatorer som presenteras i bokslutet har granskats externt.



LÄS MER

Ytterligare information om Stockmanns och Lindex CSR-arbete är tillgängligt på bolagens webbplatser, stockmanngroup.com och lindex.com

STOCKMANNS CSR-TEMAN FÖR 2016-2018

	STOCKMANNS VÄSENTLIGA ASPEKTER	ASPEKTGRÄNS
KUNDER	Kundbelåtenhet Marknadsföring and produktmärkning Kundintegritet	Egen verksamhet
PERSONAL	Sysselsättning Relationer mellan personal och ledning Hälsa och säkerhet i arbetet Utbildning Mångfald och jämställdhet Organisationsfrihet och kollektivavtal Icke-diskriminering	Egen verksamhet
PRODUKTER & LEVERANS- KEDJAN	Kundernas hälsa och säkerhet Material Inköpsrutiner Bedömning av leverantörer för miljö- och sociala aspekter	Leveranskedja för egna varumärken samt egen import-verksamhet, produktsäkerhet och inköpsrutiner i egen verksamhet
MILJÖ	Energi Utsläpp Spillvatten och avfall	Egen verksamhet Indirekta utsläpp för utvalda delar Egen verksamhet
EKONOMI & FÖRVALTNING	Ekonomiska resultat Antikorruptionsverksamhet Konkurrensbegränsande beteende Utvärdering av mänskliga rättigheter	Egen verksamhet Egen verksamhet och leveranskedja för egna varumärken Egen verksamhet Egen verksamhet



VÄSENTLIGHETSBEDÖMNING

Vårt arbete fokuserar på de CSR-teman som är mest relevanta för vår verksamhet. Att bedöma väsentligheter är en pågående process. År 2018, som en del av vår CSR-strategi-process, genomförde vi en intressentundersökning och mottog över 300 svar från våra mest väsentliga intressent-grupper. Vår väsentlighetsbedömning baserar sig på den intressentundersökningen. På basen av den bedömningen har vi definierat koncernens väsentliga teman samt de aspekter och indikatorer som rapporteras.

LINDEX

I syfte att bedöma aspekter som är specifika för Lindex verksamhet utför bolaget kontinuerligt en egen väsentlighetsbedömning, där affärsenshetens intressenters perspektiv och enhetens affärsverksamhet beaktas mera specifikt. Lindex bedömning kompletterar koncernens väsentlighetsbedömning. Under år 2017 genomförde Lindex en bedömning som grundar sig på kontinuerlig aktivering och en omfattande intressentundersökning. I undersökningen deltog representanter från personalen, ledningen, styrelsen, utvalda icke-statliga organisationer och andra organisationer, media, studeranden, leverantörer och kunder. Väsentlighetsbedömningen och resultaten av varumärkesundersökningen vägleder Lindex CSR-rapportering och -kommunikation. Särskilda fokusområden är hållbar produktion, material, cirkulär ekonomi, arbetsförhållanden, transparens och inköpspraxis.





INTRESSENT- ENGAGEMANG

Stockmann för en aktiv och pågående dialog med sina intressenter för att stärka relationerna och bättre kunna leva upp till förväntningar. Vi har identifierat fem intressentgrupper som mest påverkar och påverkas av vår verksamhet.

Tabellen ger en översikt över Stockmannkoncernens väsentliga intressentgrupper, vår interaktion och ämnen som har tagits upp under strategiperioden 2016-2018.

1. Interaktion

2. De främsta ansvarsrelaterade frågorna under CSR-strategi perioden 2016-2018

KUNDER

Kunderna är en särskilt viktig intressentgrupp och ett av våra värden är att inspirera våra kunder.

1. Dialog i varuhusen och modebutikerna, via kunservicecentret, e-post och social media, via kundpaneler och enkäter. Via marknadsföringskommunikation, evenemang och stamkundsprogram.
2. Tillgänglighet av kundservice, kundbelåtenhet, kundintegritet, använda material i produkter, kemikalier i produkter, arbetsförhållanden och -rättigheter i leverantörskedjan, djurens rättigheter, förpackningsmaterialen i beställningar från stockmann.com nätbutiken, bärkassar och plast.

PERSONAL

Vi värdesätter våra medarbetare och deras engagemang i vårt bolag. Vi arbetar kontinuerligt för att förbättra atmosfären på arbetsplatsen och utvecklar dialogen med våra medarbetare.

1. Personliga och grupp utvecklingssamtal (PDD), personalenkäter, koncernnämnden och personalnämnden, evenemang, workshops och intranät.
2. Arbetshälsa och välbefinnande på arbetet, arbetsmängden, planering av arbetsskift, jämställdhet, miljöfrågor i varuhusen, ansvarssfulla material i produkter och certifikat.

AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE

Stockmann strävar efter att vara ett attraktivt och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden.

1. Börsmeddelanden, finansiella rapporter, årsredovisning, webbplats, webcasts, möten med investerare och bolagsstämman.
2. Ekonomisk utveckling, genomförandet av strategi, aktiekursutveckling, CSR-prestation samt tillfredställelse av kunder och medarbetare.

VARU- OCH SERVICELEVERANTÖRER

Långvariga relationer med varu- och serviceleverantörer är en av nycklarna till vårt hållbarhetsarbete och vår kontinuerliga förbättring av produktionen. Alla leverantörer förväntas följa Stockmanns uppförandekod.

1. Möten, förhandlingar, workshops, projekt, besök, inspektioner, webbplats, enkäter, och via Stockmanns årliga leverantördag.
2. Genomförandet av strategi, urval, CSR-prestation och initiativ.

MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER

Vi samarbetar och för en dialog med myndigheter och organisationer för att utveckla vår affärsverksamhet.

1. Via nätverk, medlemskap, samarbetsprojekt, välgörenhetsarbete, webbplats och årsredovisning.
2. Risker gällande mänskliga rättigheter och arbetsrättigheter i leverantörskedjorna, risker relaterade till mänskliga rättigheter vid odling av bomull, ledning av leverantörskedjan, transparens av leverantörskedjan, spårbarhet av material, djurens rättigheter, pälsprodukter i urvalet och miljöpåverkan.



KUNDER

Kunderna är en särskilt viktig intressentgrupp för Stockmann och ett av bolagets värden som vägleder verksamheten är att 'inspirera våra kunder'. Vi värdesätter och lyssnar på våra kunder och gör varje kundmöte speciellt. Vi strävar till att 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.



Stockmannvaruhusen är kända för sin kundfokuserade service. En utomordentlig och professionell kundservice uppnås genom regelbunden personalutbildning, börjandes från en omfattande introduktion. Vi koncentrerar oss på att leverera en förstklassig service som överträffar kundernas förväntningar. Verksamheten utvecklas på basis av kundenkäter samt på basen av respons från kunder och personal. Informationen om kundrelationer används till att förbättra kundservicen och försäljningen, i den dagliga arbetsledningen, kompetensutvecklingen, vid ersättning och engagering samt vid utformningen av utbildningsprogrammen.

KUNDBELÅTENHET

Stockmann och Lindex använder sina egna separata kundresponskanaler. Båda affärsenheterna följer med utvecklingen av kundbelåtenhet och varumärkesbilden på många olika sätt.

STOCKMANN

- All feedback som mottagits via kundservice, per telefon, e-post eller via sociala medier samlas in och analyseras. Alla kunder som bett om svar kontaktas. Feedbacken av kunderna synliggörs även för dem som arbetar inom servicefunktionerna.
- Stockmann har ett kundservicenter som ansvarar för att hantera feedback över telefon, via e-post och social media. Årligen

hanterar centret cirka 180 000 fall. Kvaliteten på tjänsten mäts och år 2018 svarade 72 % av kunderna att de var nöjda med den mottagna tjänsten. Målet för responstiden är 24h, men under rusningstider är responstiden längre än vanligt. Mest kundrespons ges före jul och kring Galna Dagarna.

- Kundtillfredsställelsen mäts regelbundet med hjälp av enkäter som skickas ut till stamkunderna. En av mätarna i enkäterna är

Net Promoter Score (NPS), som berättar om kundens vilja att rekommendera Stockmann till sina vänner eller bekanta. NPS är också en av våra strategiska prestationsmätare.

- Sociala medier är viktiga kanaler, genom vilka kunderna kan säga sin åsikt. Vi betjänar olika målgrupper på Facebook, Twitter, Instagram och LinkedIn.

- Teman som fått mest respons var bl.a. Galna Dagar-kampanjen, nätbutikens och dess logistik samt kundservice överlag och urvalet.
- Som en del av vårt CSR-arbete genomförde vi en intressentundersökning i slutet av år 2018. Vi nådde oss 1 500 kunder och vi mottog värdefull feedback av dem om hur vi kan bättre svara på våra kunders förväntningar och önskemål.

CSR-TEMA	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL (KPI) OCH UTVECKLING 2018	STATUS
KUNDER INSPIRATION TILL ANSVARSFULLA VAL	Vi för en pågående dialog för att öka kundnöjdheten	Vi fortsatte att föra en aktiv dialog med alla våra intressenter. På hösten genomförde vi en intressentundersökning och mottog värdefull information om hur vi kan utveckla vårt CSR-arbete. Varuhuset i Finlands Net Promoter Score (NPS) var 51 (41):betydlig förbättring, men inte ännu på den långsiktiga målnivån 60 (skala -100-+100). 87 % av Lindex butikskunder 90 % av nätbutikskunderna svarade att de skulle sannolikt eller mycket sannolikt rekommendera modebutiken till sina vänner eller bekanta.	● Pågående
	Vi berättar om CSR-arbetet och om ansvarsfulla val	År 2018 var hållbarhet ett av de viktigaste teman och Stockmann fokuserade på att inspirera sina kunder med hållbara val. Vi berättade om ansvarsfulla val och om CSR-arbetet i varuhuset och butikerna, via vår personal, i social media, i pressmeddelanden, rapporter, webbsidor samt via svar till kunder, media och icke-statliga organisationer. I framtiden strävar vi ytterligare via vår marknadsföring och kommunikation att inspirera och stöda våra kunder till ansvarsfulla val.	● Pågående
	Vi engagerar oss regelbundet i CSR- och välgörenhetsprojekt	Vi donerade provprodukter och material via våra partners, vi deltog i välgörenhetsprojekt och engagerade våra kunder med välgörenhetskampanjer, som t.ex. Stockmanns och WWFs kampanj för Östersjön och Lindex Rosa bandet-kampanj.	● Målet uppfyllt
	Vi säkerställer kundens integritet	Det inträffade två begränsade incidenter avseende kundernas integritet, en i Finland och en i Estland. Stockmann har anmält incidenterna till de lokala dataskyddsmyndigheterna. Estlands dataskyddsmyndighet beslöt att inget officiellt förfarande krävdes. Incidenten som ägde rum i Finland är fortfarande i utredning. Stockmanns årliga mål är noll incidenter av kränkande av kundens integritet.	● Målet uppfyllades inte



LINDEX

- Kundrespons och feedback samlas in i nio av verksamhetslänarna via regelbundna kundförfrågningar i butikerna och via webbplatserna.
- Feedback samlas också in via sociala medier och via e-post och telefonsamtal som kommer till kundtjänsten, via varumärkesuppföljning samt genom att genomföra intervjuer med utvalda kundgrupper.
- De flesta av feedbacken gällde sortimentet, marknadsföring och kampanjerna, hållbarhetsaspekter, speciellt kemikalier och More at Lindex stamkundsprogrammet.



Stockmanns varuhus i Tallinn samarbetade med designern Reet Aus och den lokala återanvändningscentralen och uppmuntrade kunder att hämta begagnade denimplagg till en insamlingslåda i varuhuset. De begagnade denimplaggen har omvandlats till nya plagg som är till salu i Stockmanns varuhus i Tallinn.



TJÄNSTER FÖR ATT STÖDJA EN ANSVARSFULL LIVSSTIL



Vi inspirerar och stöder våra kunder i att göra ansvarsfulla val och erbjuder information om tillförlitliga alternativ samt berättar vi om vårt CSR-arbete. Vårt mål är att vara en inspirationskälla för ansvarsfull konsumtion och livsstil. Vi erbjuder våra kunder tjänster som stöder detta mål.

Tips för att välja och vårda kläder

STOCKMANN

- Som en del av Stockmanns utmärkta kundservice erbjuds kunderna information om hur produkterna skall användas och tvättas samt om återvinningsalternativ så

att produktens livscykel kan förlängas och miljöpåverkan minimeras

- Vi erbjuder även moderådgivning och sömnadstjänster samt interiörtjänster, som stöder kunden i valet av rätta produkter.

LINDEX

- På Lindex webbplats och i butikerna finns det tips och skötselråd för tvätt, tork och reparation av plagg med syftar att förlänga plaggens livstid och minska deras miljöpåverkan. Personalen i butikerna utbildas för att kunna ge kunderna råd om ämnet.

Möjligheter till återanvändning och återvinning

STOCKMANN

- Stockmannvaruhuset i Finland och varuhuset i Tallinn samarbetar med Emmy, en second-hand nätbutik för begagnade märkeskläder. Emmy insamlingslådor finns i alla Stockmannvaruhus i Finland och sedan augusti 2018 finns det två insamlingslådor i varuhuset i Tallinn. Till lådorna kan Stockmanns kunder hämta kläder som de vill lämna till återanvändning. Försäljningsinkomsterna av kläderna kan laddas på Stockmann-presentkort.
- I Finland kan kunderna lämna tillbaka begagnade elektriska apparater, batterier, lysrör, energisparlampor och nagellacksburkar till Stockmannvaruhuset. Elapparater och batterier kan även återlämnas till varuhuset i Tallinn och Riga.

- Stockmann ordnar årligen olika återvinningskampanjer tillsammans med varuleverantörerna. Till exempel genomfördes det i Stockmannvaruhuset i Finland en kampanj tillsammans med Hackman med syfte att återvinna stekpannor och bestick. Knowledge Cotton Apparel - klädmärket samlar kontinuerligt in begagnade kläder i våra varuhus. Dessutom samarbetade varuhuset i Tallinn med designern Reet Aus och den lokala återanvändningscentralen i ett cirkulär ekonomiprojekt. Under samarbetet uppmuntrade kunderna att hämta begagnade denimprodukter till varuhuset i syftet att återanvända materialet till nya plagg.

LINDEX

- 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. Textilinsamlingen är organiserad i samarbete med partners och för tillfället undersöker man möjligheten om att hitta samarbetspartners även i andra länder där Lindex har butiker. Under år 2018 samlade Lindex sammanlagt in 166 (150) ton textilier. Återanvänd och återvinn-programmet är en del av Lindex långsiktiga mål till en sluten materialkrets.



MARKNADSKOMMUNIKATION OCH PRODUKTINFORMATION



Vi respekterar konsumentens rättigheter och bedriver vår marknadsföring på ett ansvarsfullt sätt. Verksamhetssättet är en del av koncernens uppförandekod (Code of Conduct). Marknadskommunikationen överensstämmer med reglerna

för den Internationella handelskammaren (Consolidated ICC Code on Advertising and Marketing Communication Practice), konsumentskyddslagen och vår egen marknadsföringsstrategi.

Marknadskommunikation

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

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.

Det fanns inga incidenter gällande icke överensstämmelse med lagstiftning eller frivilliga principer under år 2018 hos Stockmann. Dock noterade marknadsövervakningsmyndigheten i Estland att Lindex hade sex stycken hygien- och kosmetiska produkter i sitt sortiment som inte överensstämde med den nationella lagstiftningen. Korrigering åtgärds vidtogs omedelbart och produkterna godkändes senare till försäljning.



Vi respekterar konsumentens rättigheter och bedriver vår marknadsföring på ett ansvarsfullt sätt.

Produktinformation

Vi följer lagstadgade bestämmelser vid märkning av produkter. Utöver dessa etiketter kan även frivilliga etiketter, som berättar om produktens påverkan, fästas på produkterna. Modeprodukter som tillverkas av material med mindre miljöpåverkan, som ekologisk bomull eller av återvunna fibrer, märks tydligt med en etikett, såväl som i nätbutikens produktinformationsfält. Vi berättar för våra kunder om produkternas ursprung. Ursprungslandet är märkt på alla Stockmanns egna varumärkens klädesplagg och inredningstextilier. Ursprungslandet är också märkt i alla klädesplagg som säljs av Lindex.

STOCKMANN

- Stockmann har introducerat Sustainable *DESIGN*-etiketten för att förbättra kommunikationen och för att erbjuda information om produkter som är gjorda av ekologisk bomull, lyocell eller återvunnen polyester. På andra sidan av etiketten beskrivs materialet närmare.
- *Design From Finland*-etiketten berättar att produkten är designad i Finland vid Stockmanns egen designstudio.
- Dessutom finns det flera internationella och inhemska



varumärken i Stockmannvaruhusens breda produktsortiment som erbjuder ytterligare information om produktens hållbarhetsaspekter.

LINDEX

- För att göra det lättare för kunderna att hitta de mer hållbara plaggen kommunicerar Lindex med *Sustainable Choice*-etiketten. Etiketten berättar att man använt sig av material och processer som belastar miljön mindre och innehåller även information om materialet är certifierat. Samma information är också tillgängligt i Lindex webbutik.
- Premium Quality-etiketten berättar att materialet som använts är av hög kvalitet som t.ex. ull, silke och läder.
- Even better denim-etiketten berättar om de nya produktionsmetoderna som sparar vatten, energi och minskar kemikalieanvändningen och som har använts vid produktionen av denimplaggen.
 - De flesta av de insydda etiketterna i plaggen är gjorda av återvunnen polyester.





KUNDINTEGRITET



Stockmann och dess anställda skyddar kundernas integritet och okränkbarhet. Vi avslöjar inte eller använder oss inte av någon kundinformation på annat sätt än vad som strikt överensstämmer med EU:s Dataskyddsförordning (GDPR) och med Stockmanns integritetspolitik. Utbildningarna om GDPR och kundintegritet är obligatoriska för alla medarbetare och ingår i personalintroduktionen.

Stockmannkoncernen har två stamkundsprogram: Stockmanns stamkundsprogram med ca 0,7 miljoner aktiva kunder och More at Lindex-stamkundsprogrammet med över 4,0 miljoner kunder. Bolagen har regelbunden kontakt med sina stamkunder och erbjuder dem exklusiva och ekonomiska förmåner. Stamkundssystemens datafilbeskrivningar finns på respektive enhets webbplats. Båda 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.

Under rapporteringsåret fick Stockmann in flera frågor från kunder gällande användningen av personuppgifter. Dessa fall behandlas konfidentiellt i enlighet med gällande lagstiftning.

Under rapporteringsåret inträffade det två begränsade incidenter avseende kundernas integritet, en i Finland och en i Estland. Stockmann har anmält incidenterna till de lokala dataskyddsmyndigheterna. Estlands dataskyddsmyndighet beslöt att inget officiellt förfarande krävdes. Incidenten som ägde rum i Finland är fortfarande i utredning.





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.



Koncernens personalpolitik basera sig på bolagets värderingar och HR-strategi samt koncernens uppförandekod. Utöver detta har samtliga affärsenheter egna, mer detaljerade personalpolicyer som främjar individers framgång och personalens välbefinnande. Genomförandet av god personalpolicy följs upp med personalenkäter, utvecklingssamtal samt genom övriga kanaler för respons. Samarbete äger även rum i lokala personalnämnder och i koncernnämnden. Personaldirektören, som rapporterar till Stockmannkoncernens verkställande direktör, ansvarar för bolagets personalfrågor.

SYSSELSÄTTNING



Stockmannkoncernen är en betydande arbetsgivare i Finland och Sverige. I slutet av år 2018 hade bolaget 7 129 (7 325)

medarbetare i 15 länder, varav 2 145 (2 212) var sysselsatta i Finland och 2 341 (2 234) i Sverige. De senaste åren har dock varit utmanande för våra medarbetare. Organisationsförändringar har krävts för att effektivisera verksamheten och förbättra lönsamheten på långt sikt. Under de kommande åren kommer koncernen att fokusera ännu mer på att skapa och främja en person- och kundcentrerad kultur där en unik medarbetarupplevelse, sömlöst tvärfunktionellt teamarbete och förbättrade digitala möjligheter ligger i centrum.

I slutet av år 2017 inledde Lindex ett omfattande program för att förbättra lönsam-

CSR-TEMA	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL (KPI) OCH UTVECKLING ÅR 2018	STATUS
PERSONAL MOTIVERADE OCH ENGAGERADE DETALJHANDELS-EXPERTER	Vi ökar välbefinnandet på arbetet	Trots det utmanande året har Stockmanns OHI (Organisational Health Index) resultat, som mäter medarbetarnas välbefinnande och organisationens förmåga att nå sin fulla potential, fortsatt att förbättras. År 2018 var OHI resultatet 56 (2017: 54). Dock nådde vi inte vårt ambitiösa mål på 65 (skala 0-100).	● Pågående
	Vi uppmuntrar till tydliga roller och mål på arbetet	84 % av Stockmanns personal i Finland hade utvecklingssamtal (PDD) med sin förmän. Vi nådde inte vårt mål på 100 %. Under året förnyade Stockmann PDD-processen i stödfunktionerna. I den nya modellen är fokuset på en kontinuerlig växelverkan och feedback. Vi strävar till ett mer coachande och smidigare förmansarbete. Alla fast anställda på Lindex har årliga utvecklingssamtal med sina chefer samt regelbundna uppföljningssamtal.	● Målet uppfyllades inte
	Vi garanterar en säker arbetsmiljö	I Finland inträffade sammanlagt 60 rapporterade arbetsplatsolyckor och 50 på väg till och från arbetsplatsen (2017: sammanlagt 137, inkluderar Delikatessen i Finland). I Sverige rapporterades det 137 (142) olyckor som inträffat på arbetsplatsen. Koncernens olycksfallsfrekvens var 22 (25) arbetsplatsolyckor per en miljon arbetstimmar.	● Pågående

heten. Som en del av detta var målet att effektivisera verksamheten särskilt på huvudkontoret i Göteborg samt i stödfunktionerna i Sverige, Norge och Finland. Under det första kvartalet år 2018 genomfördes omstruktureringssåtgärderna som ledde till en minskning av 71 positioner, huvudsakligen på bolagets huvudkontor i Sverige.

Som en del av effektiviseringsåtgärderna inledde Stockmann i januari 2018 samarbetsförhandlingar som berörde cirka 350 personer inom leveranskedjan, ekonomi och HR i

Finland. Som resultat upphörde 74 personers anställning.

Stockmann lanserade ett digitalt accelerationsprojekt i början av 2018. Målet är att öka andelen av e-handel och stärka flerkanalets strategin. Fokus har varit på att öka den digitala kompetensen inom organisationen. Under rapporteringsåret har cirka 30 nya digitala expertpositioner lanserats.

I oktober 2018 meddelade Stockmannkoncernen att bolaget har undertecknat ett avtal om att sälja sin köpcentrumfastighet Nevsky Centre i St. Petersburg i Ryssland till

Under rapporteringsåret har cirka 30 nya digitala expertpositioner lanserats.

bolaget PPF Real Estate. Försäljningstransaktionen slutfördes den 24 januari 2019 och affären inkluderade Stockmanns helägda dotterbolag OOO Stockmann Nevsky Centre. Med transaktionen övergick 29 anställda i Stockmanns dotterbolag till den nya arbetsgivaren.

ANSTÄLLNINGAR

Inom detaljhandeln har behovet av visstidsanställda traditionellt varit stort, eftersom framför allt sommar- och julsäsongerna samt kampanjerna ökar behovet av säsongsanställda. Anställning av självständiga yrkesutövare och frilansare är mycket liten inom Stockmann-koncernen och begränsat till vissa enstaka personer inom marknadsföringen.

STOCKMANN

- Användningen av visstidsanställda hos Stockmann har minskat samtidigt som man har gått över till att ta in varuhusens säsongsanställda till Galna Dagar och för julsäsongen via ett rekryteringsföretag.
- Stockmannvaruhusen erbjuder många unga en möjlighet att bekanta sig med verksamheten inom handeln t.ex. genom läroanstalters praktikperioder. Antalet säsongsanställda var 200 (300) och praktikplatser erbjöds till 300 (330) praktikanter. Stockmann deltog i Finlands Näringslivs (EK) 'Bekanta dig med arbetslivet och tjäna' – programmet (Tutustu työelämään ja tienaa) och erbjöd 60 ungdomar en praktikplats i varuhusen. Vidare samarbetade Stockmann med den

humanitära organisationen Plan International Finland. Vi deltog i organisationens utvecklingsprojekt och under sommaren erbjöd vi praktikplatser för ungdomar som deltog i programmet. Dessutom erbjöd varuhuset i Riga 47 studenter från 15 års ålder möjlighet till en första arbetsplats. Ytterligare år 2018 deltog Stockmann i Service stiftelsen för döva rf:s projekt och erbjöd praktikplatser inom Poveri-programmet.

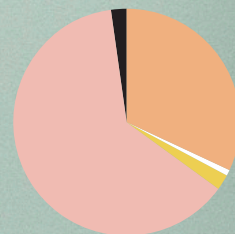
- En stor andel av personalen i varuhusen är anställda av Stockmanns hyresgäster, t.ex. i restauranger och matavdelningar.

LINDEX

- Lindex erbjuder praktikplatser såväl på huvudkontoret som i butikerna och har ett etablerat samarbete med olika universitet beträffande dessa positioner.
- På huvudkontoret arbetar årligen cirka 20 praktikanter, varav de flesta inom design- och inköpsorganisationen.
- Behovet av extra arbetskraft i Lindexbutikerna under sommar- och juledigheterna löses huvudsakligen genom att erbjuda fler timmar till deltids- och extraanställda. Lindex anställer årligen cirka 20 säsongsanställda till stödfunktionerna under sommar- och juledigheterna.

PERSONALFÖRMÅNER

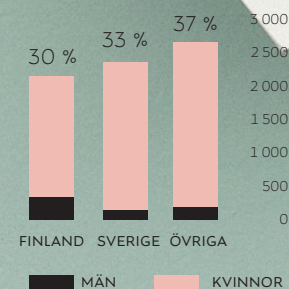
Stockmannkoncernen erbjuder personalförmåner enligt den lokala lagstiftningen i respektive verksamhetsland. Dessa förmåner kan bl.a. omfatta företagshälsovård, försäkring



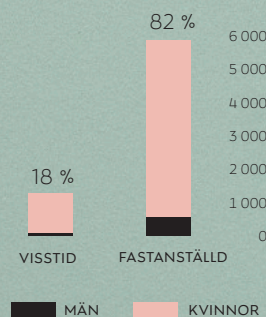
PERSONAL
PER ENHET

STOCKMANN RETAIL	32 %
REAL ESTATE	1 %
GEMENSAMMA FUNKTIONER	2 %
LINDEX	63 %
INKÖPSKONTOR	2 %

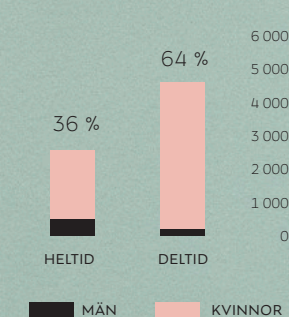
PERSONAL
PER LAND



VISSTID /
FASTANSTÄLLD



HELTID /
DELTID





mot arbetsolyckor och yrkessjukdomar samt föräldraledighets- och pensionsförmåner. Personalförmånerna är samma för både deltid- och heltidsanställda.

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. Från och med år 2018 erbjuds Stockmanns anställda i Finland även möjligheten att köpa fyra gånger per år en uppsättning med arbetskläder till ett ytterligare nedsatt pris. Därutöver får personalen bl.a. köpa provexemplar vid förmånliga personalförsäljningar. Anställda som har gjort en lång arbetskarriär inom bolaget belönas med förtjänsttecken. I alla enheter uppvaktas anställda på sin 50-årsdag. Stockmannkoncernen stöder sina fast anställdas rekreations- och fritidsverksamhet till exempel genom att ge stöd för motion och olika personalklubbar. På Stockmann belönas de anställda med en extra semester för 30 års anställning i bolaget. Lindex har ett eget belöningsystem och enligt det belönas anställda i Sverige för 25 års anställning. Dessutom stöder Lindex anställdas rekreations- och fritidsaktiviteter till exempel genom att stödja sportverksamhet.

RELATIONER MELLAN PERSONAL OCH LEDNING



Stockmannkoncernen följer upp efterlevnaden av god personalpolicy med personalenkäter, utvecklingssamtal samt genom övriga kanaler för respons. Personalen involveras på många sätt i interaktion och diskussioner. Vi främjar en kultur av öppenhet och strävar efter att kommunicera ut sådant som gäller personalen så snabbt som möjligt. Detta sker såväl genom att gå igenom Stockmanns situation avseende det ekonomiska resultatet som genom att sätta upp mål för vår prestation inom dessa områden. Det finns skäl att ytterligare förbättra kommunikationen i samband med struktur-omvandlingssituationer för att nå alla personalkategorier, även de som är frånvarande.

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

STOCKMANN

- Målet är att man har utvecklingssamtal (PDD) med varje Stockmannanställd minst en gång om året. Under rapporteringsåret förnyade Stockmann PDD-processen i stödfunktionerna. I den nya modellen är fokuset på en kontinuerlig växelverkan och feedback. Vi strävar till ett mer coachande

och smidigare förmansarbete. Enligt rekommendationerna i den förnyade PDD-modellen skall utvecklingssamtal med medarbetare i stödfunktionerna utföras tre gånger om året. Utfallet följs årligen upp: år 2018 hade cirka 84 % av Stockmanns personal i Finland utvecklingssamtal med sin chef.

Dessutom ordnas det grupputvecklingssamtal inom försäljningsfunktionerna för att öka engagemanget.

- I Finland har affärsenheterna sina egna personalnämnder som sammanträder fyra gånger om året. En liknande modell är i bruk även i Baltikum. Personalfrågor beträffande Finland behandlas i koncernnämnden som sammanträder två gånger om året.
- Under våren beslöt koncernnämnden att Stockmann fortsätter att stödja personalklubbarnas verksamhet för år 2018, genom att erbjuda klubbarna möjlighet att ansöka om ekonomiskt stöd.
- 2018 ordnade Stockmann informationssessioner för sin personal angående t.ex. delårsresultaten och strategiprocessen. Syftet med dessa sessioner har varit att främja en mera öppen kultur inom organisationen och stärka samarbetet mellan avdelningarna.
- I Finland förnyades Stockmanns initiativsystem. Det nya systemet möjliggör bättre transparens och effektivitet samt möjliggör det att personalen kan utveckla nya affärsidéer tillsammans.
- Stockmann har ett incitamentprogram och programmet inkluderar varje stockmannit. Försäljnings- och lagerpersonalen samt

personalen inom stödfunktionerna och ledning har alla egna incitamentssystem, som har som mål att uppmuntra personalen till topprestationer och till att inspirera kunder.

LINDEX

- Alla fast anställda på Lindex har årliga utvecklingssamtal med sina chefer. Liksom föregående år fortsatte man att anordna målsamtal enligt programmet för prestationsförmågan på Lindex huvudkontor och distributionscentral i Sverige varannan månad.
- Som en del av öppen kommunikation går Lindex vidare igenom strategi och resultatutveckling på kvartalsbasis med hela personalen. Vid tillställningarna berättar man om hela koncernens och Lindex strategi och framtida utvecklingsmål samt svarar på frågor om dessa. Varje år efter semesterperioden hålls gemensamma inspirerande tillställningar för hela personalen, där man behandlar olika frågor som rör Lindex framtid, till exempel vision och strategi.
- År 2018 organiserade Lindex workshops där man fokuserade på att utveckla bolagets personalstrategi och -bränd.
- Lindex för en regelbunden dialog med facken avseende bl.a. löner, organisationsförändringar och andra frågor som facken tar upp.



ORGANISATIONSRÄTT OCH RÄTT TILL KOLLEKTIVAVTAL

Stockmannkoncernen respekterar de anställdas grundläggande rättigheter, som organisationsfrihet och kollektiv förhandlingsrätt. I Finland omfattas cirka 81 % (80) av Stockmannkoncernens personal av kollektivavtal. Samtliga anställda på Lindex i Sverige, Norge och Finland, med undantag för de högre tjänstemännen, omfattas av kollektivavtal. Bolaget följer inte upp organisationsgraden, men för statistik över de arbetstagare i Finland vars fackföreningsavgift uppbärs från lönen. År 2018 uppbär arbetsgivaren fackföreningsavgift direkt från lönen för 31 % (30) av personalen i Finland. I andra länder har statistik över organisering inte samlats in.

ARBETSHÄLSA, SÄKERHET I ARBETET OCH VÄLBEFINNANDE



Företagshälsovården arrangeras i alla verksamhetsländer i enlighet med lokala lagar och bestämmelser. Trivseln i arbetet och arbetssäkerheten behandlas även regelbundet i arbetarskyddskommissioner som verkar i enlighet med kraven i den lokala lagstiftningen och som representerar alla personalgrupper. På både Stockmanns och Lindex enheter mäts trivseln i arbetet med hjälp av personalenkäter.

STOCKMANN

- OHI-undersökningen (Organizational Health Index) genomfördes bland Stockmanns personal för femte året i rad. Med hjälp av undersökningen mäter man personalens arbetstillfredsställelse och organisationens förmåga att nå sin fulla potential. Undersökningen var öppen för samtliga Stockmanns anställda och svarsfrekvensen var 76 %. Vi tog framsteg i rätt riktning och OHI-resultat var 56 (2017:54). Vi uppnådde dock inte vårt ambitiösa mål på 65 (skala 0-100).
- Ärenden och bekymmer som togs upp av Stockmannpersonalen var arbetshälsa och hur man orkar i arbetet, planeringen av arbetsskift i varuhusen – vilket man vidtog åtgärder för att förbättra – samt kompetensutveckling.
- Stockmann har i bruk praxis för distansarbete. Syftet med praxisen att stöda balansen mellan yrkes- och familjelivet samt att främja jämlikhet. I november deltog Stockmann i den nationella Barn med på jobbet-dagen, där målet var att låta barnen bekanta sig med en närstående vuxens arbetsvardag samt att samla in fräscha utvecklingsidéer från barn för att förbättra arbetsgemenskapen.
- Man satsade på trivseln på arbetet även genom många små aktiviteter och evenemang. Till exempel ordnades en temadag "trappdagen", yoga sessioner, frivilliga syninspektioner och ett motionsveckoslottteri ordnat av Otium-stiftelsen som har grundats för att främja personalens arbets-

hälsa. Dessutom ordnade Stockmann en temadag relaterat till välmående på arbetsplatsen.

- Stockmann erbjöd sin personal i Finland möjlighet att ta säsongs influensavaccin. Denna möjlighet var mycket uppskattad av personalen.
- Stockmann använder sig av en modell för tidigt ingripande som består av samtal om arbetsförmågan, uppföljning av sjukfrånvaro, stöd till återgången till arbetet och ett rusmedelsprogram. Samtalet om arbetsförmågan är ett verktyg för chefer. I konfidentiella samtal kan chefen och den anställda behandla förändringar i den anställdas arbetsförmåga. Uppföljningen av sjukfrånvaro kräver samarbete mellan chefen och företagshälsovården, och ibland deltar även representanter för personalen och

HR. Olika program för att stödja återgången till arbetet, som arbetsprövning eller partiell sjukledighet, används aktivt. Bolaget har även ett rusmedelsprogram för att kunna ingripa vid missbruk av rusmedel. Principerna för modellen för tidigt ingripande finns tillgängliga på bolagets intranät och uppdateras regelbundet.

- På Stockmanns företagshälsovård behandlas frågor relaterade till arbetsförmågan på varje mottagningsbesök. Dessutom informerar man de anställda om yrkessjukdomar och andra risker som är kopplade till arbetet samt ger vid behov råd till exempel om arbetsergonomi. Chefens stöd, en säker arbetsmiljö och möjligheten till näringsrik mat under arbetsdagen anses också ingå i främjandet av arbetsförmågan. På förebyggande arbete satsas även på



I november deltog vi i den nationella *Barn med på jobbet-dagen*.



arbetarskyddsdagen för hela koncernen. År 2018 var temat för koncernens arbetarskyddsdag välbefinnande på jobbet.

LINDEX

- Man genomför regelbundet en personalundersökning. Syftet med enkäten är att ytterligare förbättra rutinerna på Lindex. I november 2018 skickades enkäten till samtliga medarbetare i alla Lindex verksamhetsländer. Responsfrekvensen bland personalen var 60 %. Det övergripande resultatet av enkäten var på en hög nivå jämfört med Lindex resultat från tidigare undersökning samt jämfört med andra företag i motsvarande storlek.
- Utvecklingsområden som personalen tog upp var kompetensutveckling, mer regelbunden uppföljning av individuella mål och utveckling, mer transparent och öppen kommunikation samt att uppmuntra anställda att ge feedback.
- Arbetshälsan stöddes genom att ordna föreläsningar om mindfulness för de anställda vid Lindex huvudkontor.



På hösten 2018 lanserade Stockmann en förnyad webbaserad utbildningsmiljö.

- Lindex följer upp hur de anställda utvecklas i arbetet och säkerställer stöd vid ett tidigt skede för att bibehålla arbetsförmågan och hälsan. Stöd förekommer i olika former, till exempel som stöd efter en lång sjukfrånvaro, försöksanställningsperioder, sjukfrånvaro på deltid och stöd vid behandling av beroenden. Mera information om programmen finns på intranätet. Lindex har ett nära samarbete med företagshälsovården till exempel när det gäller arbetsrelaterade sjukdomar och andra risker som är kopplade till arbetet. De anställda kan bland annat få råd om val av en lämpligare arbetsstation.

ARBETSOLYCKSFALL OCH SJUKFRÅNVARO

Arbetsolycksfall och sjukfrånvaro rapporteras i tabellen Personalstatistik 2018. De flesta av olyckorna berodde på halkningar samt olyckor i samband av lyft eller fallande av saker.

År 2018 omfattade företagshälsovården alla anställda i Finland som varit anställda i minst fyra månader, det vill säga totalt 1 968 (1 989) personer. Företagshälsovården för koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av både en egen företagshälsovårdsstation och utlokalisierade tjänster. Koncernens egen företagshälsovårdsstation i Helsingfors betjänar huvudsakligen alla anställda i huvudstadsregionen. På andra håll i Finland och på Lindex i Finland har företagshälsovården utlokalisierats. Kostnaderna för företagshälsovården för år 2018 är inte tillgängliga vid given stund. I Finland uppgick kostnaden för företagshälso-

vården för år 2017 till sammanlagt 1,4 (2016: 1,7) miljoner euro. Företagshälsovårdens nettokostnad per anställd i Finland år 2017 uppgick till cirka 325 (330) euro.

UTBILDNING

Systematisk, kontinuerlig utbildning är en del av vår personalpolicy och består främst av olika omfattande webbaserade utbildningar samt av interna träningar och utbildningstillställningar, där representanter från olika affärsenheter och för personalkategorier deltar. Koncernens mål är att möjliggöra och utveckla personalens personliga färdigheter och erbjuda professionella inlärningsmöjligheter.

STOCKMANN

- Antalet utbildningstimmar vid affärsenheterna Stockmann Retail och Real Estate var totalt 20 000 (2017: 20 000) och detta motsvarar i genomsnitt 9,3 (2017: 8,4) timmar per anställd. Utbildningstimmar inkluderar utbildning för chefer, försäljning- och produktutbildningar samt utbildning som leder till yrkesexamen eller annan utbildning som ökar yrkeskompetensen.
- Stockmann i Finland arrangerar ett mångsidigt utbud av olika utbildningar, bl.a. utbildningar relaterade till produktkunskap, försäljning och service, introduktion av nyanställda samt coachning med syfte att höja personal- och kundupplevelsen.

- Stockmann stöder kombinerad av arbete och studier till exempel genom att erbjuda möjlighet till läroavtalsutbildning.
- På hösten 2018 lanserade Stockmann en förnyad webbaserad utbildningsmiljö. Alla webbaserade utbildningar är tillgängliga för personalen och den nya strukturen vägleder användaren att välja de rätta utbildningarna. Nya webbaserade utbildningar görs och publiceras enligt behov. Webbaserade utbildningsprogrammet introducerades också i Stockmanns verksamhet i Baltien.
- Den webbaserade utbildningen i Stockmannkoncernens uppförandekod fortsattes att genomföras bland personalen inom försäljning och logistik. Genomförandet av utbildningen kommer att fortsätta under år 2019 i Stockmanns Baltiska verksamhet.

LINDEX

- Det genomsnittliga antalet utbildningstimmar på Lindex var totalt 8,0 (2017: 10,1) timmar per anställd. Det totala antalet utbildningstimmar var 35 000.
- På Lindex främjas kontinuerlig yrkesmässig utveckling genom flera olika interna kurser och aktiviteter. Därtill erbjuds extern ledarskapsutbildning. På grund av omorganisering genomfördes inga omfattande utbildningar år 2018. För ledningen erbjöds dock olika utbildningar relaterade till hantering av förändring i organisationen och utbildning om Customer First-programmet ordnades för försäljningspersonalen.

KOMPETENSUTVECKLING OCH JOBBROTATION

Kontinuerlig utveckling i yrket och en aktiv intern arbetsmarknad hör till Stockmanns styrkor. Möjligheten att byta uppgifter mellan affärsenheter, funktioner och olika länder bidrar till den professionella inläringen och att kunnig personal stannar kvar på bolaget. Många personer med ledande befattning inom koncernen har erfarenhet från olika håll i bolaget, exempelvis från kundservice.

På Lindex uppmuntras de anställda till arbetsrotation mellan butiker och kontor, liksom mellan landsorganisationer och huvudkontoret, för att skaffa sig nya erfarenheter och få en 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, och dessa möjligheter omfattar även en kort praktik i en annan roll.

MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET, JÄMLIKA MÖJLIGHETER OCH FÖRBUD MOT DISKRIMINERING



Stockmann behandlar alla sina medarbetare rättvist och jämlikt samt sätter värde på mångfalden bland de anställda. Diskriminering är absolut förbjudet.

STOCKMANN

Stockmann har en jämställdhetsplan som uppdateras regelbundet och godkänns av bolagets personalnämnd. Syftet med jämställdhetsplanen är att med hjälp av statistik lyfta fram strukturella problem med arbetsuppgifter och sätta upp mål för att uppnå en mer jämställd arbetsmiljö.

Genomförandet av jämlikhet främjas aktivt i alla personalkategorier. Ömsesidig respekt och efterlevnad av gemensamt fastställda regler är en del av detta. Vid rekrytering är vi fördomsfria inför kandidatens bakgrund och vi vill satsa på mångfald inom arbetsgemenskapen. Kandidaterna bedöms i en anda av lika möjligheter. Arbetsuppgifterna är utformade för att passa både kvinnor och män. Vi ser till att befattningar, kompetenskrav och titlar är könsneutrala. Ålder, kön eller religiös tro beaktas endast om det finns en välgrundad anledning till detta baserat på arbetsuppgifterna. År 2018 uppdaterade vi rekryteringsformuläret och i det nya formuläret



År 2018 var Stockmann en av Helsingfors Prides officiella partners.

frågar vi inte längre könsrelaterad information. Vi accepterar inte åldersdiskriminering och olika åldersgrupper är väl representerade i bolaget. Från och med år 2018 har vi inte längre en minimiålder för våra praktik- och kampanj positioner. För att balansera åldersfördelningen bland försäljarna fäster vi särskild vikt vid att rekrytera kompetenta kvinnliga och manliga anställda i medelåldern till Stockmanns varuhus. Personalplaneringen har utvecklats för att säkerställa ett jämlikt bemötande bl.a. avseende tilldelandet av extra arbetstimmar samt fördelningen av ledigheter och söndagsarbete samt genom att förnya praxisen för distansarbete för att fler ska få

chansen att jobba på distans. Inom HR-Business Partner-verksamheten samarbetar man aktivt med cheferna för att hantera och förebygga eventuella incidenter som handlar om trakasserier, diskriminering, jämlikhet, atmosfär och orkandet i arbetet. År 2018 var Stockmann en officiell partner för Helsinki Pride, den största kulturella händelsen som fokuserar på mänskliga rättigheter i Finland. Evenemanget strävar till att öka förståelse för mångfald och ge utrymme för de marginella rösterna i samhället. Med partnerskapet ville Stockmann offentligt visa sitt stöd för jämlikhet, inklusivitet och mångfald. Under Prideveckan representerade Stockmanns HR-direk-



tör även Stockmann i en paneldiskussion om jämställdhet. Under året fortsatte Stockmann diskussionen om försäljningspersonalens arbetskläder och under hösten lanserades ett pilotprojekt med förnyade riktlinjer för arbetskläder. Pilotens syfte är att uppmuntra personalen att klä sig enligt sin egen stil och identitet och på så sätt strävar vi även att stärka kulturen av mångfald och inklusivitet inom organisationen.

LINDEX

Lindex har en egen jämställdhets- och mångfaldsplan. Planen innefattar bl.a. en policy mot trakasserier och diskriminering. Den tydliggör hur förbrytelser ska hanteras och hur de kan förebyggas. Mångfald ses som en konkurrensfördel för ett internationellt modehus, där de anställda förenas av sin passion för mode, kunder och handel. Lindex sätter värde på sina anställda och utvecklar deras arbetsprestation och kompetens oavsett ålder eller etnisk bakgrund. Företaget vill uppfattas som attraktivt för både kvinnor och män. Det aktiva jämställdhets- och mångfaldsarbete inom Lindex bidrar till ökad motivation och tillfredsställelse bland de anställda, vilket i sin tur ökar företagets konkurrenskraft och lönsamhet. Majoriteten av Lindexanställda är kvinnor. Det har visat sig att vara en utmaning att locka manliga kandidater att söka jobb i Lindex butiker och i viss mån även kontorsarbeten. Könsfördelningen är mer balanserad i stödfunktionerna, som inom IT och liknande.

MÅNGFALDEN BLAND PERSONALEN OCH INOM FÖRVALTNINGEN

Vid valet av styrelsemedlemmar strävar man efter att ta hänsyn till mångfald genom att de valda personerna ska representera olika yrkeskårer, utbildningsområden, internationella bakgrunder, åldrar och kön.

Uppgifter om de anställdas genomsnittliga ålder finns i tabellen "Personalstatistik".

JÄMSTÄLLDA LÖNER FÖR KVINNOR OCH MÄN

Ett av delområdena i jämställdhets- och mångfaldsplanen är jämställda löner.

STOCKMANN

Lika lön för kvinnor och män i följs upp i Finland med hjälp av ett index för tim- eller månadslön som jämför lönen för kvinnor och män (index 100) enligt personalkategori. Indexet har senast uppdaterats den 31 december 2018. Löneskillnader beror bl.a. på olikheten av befattningar inom samma svårighetsgrad samt kompetensskillnader som indexet inte tar hänsyn till. Delvis förklaras skillnaderna av att män arbetar inom chefs- och ICT-befattningar.

LINDEX

Enligt diskrimineringslagen, utför Lindex årligen lönekartläggning för att upptäcka, åtgärda och förebygga ojusterade löneskillnader mellan kvinnor och män som arbetar med lika eller motsvarande uppgifter. År 2018 upptäcktes inga orimliga skillnader mellan könen. Lindex personalpolitik bygger på en

PERSONAL ENLIGT ÅLDERSGRUPPER 2018

MÄN/KVINNOR	Under 30 år	30 - 50 år	över 50 år
Hela personalen, % (män/kvinnor)	38 (8/92)	42 (11/89)	20 (9/91)
Koncernens ledningsgrupp, personer	-	3/6	0/1

PERSONAL ENLIGT KÖN

MÄN/KVINNOR	2018	2017	2016
Hela personalen, %	9/91	9/91	10/90
Med direktör-titel, koncernen (%)	44/56	50/50	44/56
Koncernens ledningsgrupp, personer (%)	4/6 (40/60)	6/6 (50/50)	6/5 (55/45)
Styrelsen, personer (%)	5/3 (63/37)	6/2 (75/25)	5/3 (63/37)

KVINNORS GRUNDLÖN I FÖRHÅLLANDE TILL MÄNNENS LÖNER ENLIGT PERSONALKATEGORI, STOCKMANN FINLAND

INDEX	2018	2017	2016
Försäljare (timlön)	98	99	98
Lageranställda (timlön)	94	95	94
Kontorsanställda (månadslön)	94	96	97
Högre tjänstemän och personer i ledande befattning (månadslön)	84	85*	83

* Siffran är korrigerad från år 2017 rapport.

Indexet är enbart riktigivande, eftersom det inte tar hänsyn till mångfalden av arbetsroller och beskrivningar i varje kategori.



konkurrenskraftig ersättning på varje marknadsområde, där lönen är kopplad till ansvaret och prestationen i befattningen. Lindex accepterar inte löneskillnader som baseras på kön, funktionell begränsning, ursprung, könsidentitet, sexuell läggning, religion och trosuppfattning, ålder eller föräldraskap. Lönejämförelser sker i enlighet med de gränser som sätts i kollektivavtalet.

TRAKASSERI OCH DISKRIMINERINGSFALL

Under rapporteringsåret förekom inga fall av sexuella trakasserier, religiösa eller politiska diskrimineringar inom Stockmannkoncernen. Stockmanns HR-avdelning behandlade två ärenden relaterade till olämpligt beteende i Finland. Ett av de inkomna klagomålen utredades under rapporteringsåret, medan det andra klagomålet om olämpligt beteende fortfa-

rande är under utredning. Under rapporteringsåret kontaktades Lindex ledningsgrupp av fem Lindex medarbetare från Storbritannien gällande frågor som var relaterade till orättvis behandling. Lindex lokala landsansvarig träffade medarbetarna personligen och klagomålet löstes i samarbete. I de övriga verksamhetsländerna anmäldes och behandlades inga fall av diskriminering eller trakasseri.

PERSONALSTATISTIK

	2018	2017	2016
Antal anställda den 31 december	7 129	7 325	7 572
i Finland (män/kvinnor)	332/1 813	362/1 850	430/2 133
i Sverige (män/kvinnor)	147/2 194	116/2 118	128/2 254
Antal anställda i medeltal	7 241	7 360	8 164
Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda	5 299	5 426*	5 960
Personal enligt anställningsförhållande och -kontrakt			
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor)	18 (6/94) / 82 (10/90)	18 (6/94) / 82 (10/90)	17 (7/93) / 83 (11/89)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Finland	8 (7/93) / 92 (16/84)	10 (14/86) / 90 (17/83)	8 (10/90) / 92 (17/83)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Sverige	25 (7/93) / 75 (6/94)	16 (4/96) / 84 (5/95)	22 (5/95) / 78 (6/94)
Andel av heltids-/deltidsanställda av personalen, %	36/64	38/62	40/60
i Finland (män/kvinnor)	43 (24/76) / 57 (9/91)	46 (24/76) / 54 (10/90)	52 (24/76) / 48 (10/90)
utomlands (män/kvinnor)	33 (16/84) / 67 (2/98)	35 (15/85) / 65 (2/98)	34 (17/83) / 66 (2/98)
Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt, %	22	19	21
i Finland	17	17	22
i Sverige	9	6	6
Nya fast anställda anställdes, %	20	18	14
i Finland	12	10	5
i Sverige	6	5	4
Personalkostnader, milj. euro	222,0	236,2	270,4
Personalkostnader, andel av omsättningen i %	21,8	22,4	23,0

	2018	2017	2016
Personalens genomsnittliga ålder	37	37	37
i Finland	40	39	40
i Sverige	37	38	37
Sjukfrånvaro, %	4,2	4,1	4,7
i Finland	4,7	3,8	4,3
i Sverige	4,7	4,6	5,1
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen + på resor till och från arbetsplatsen i Finland, st.	60+50	85+52**	148+86**
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Sverige, st.	137	142	132
Kostnader för personalutbildning i Finland (utan direkta lönekostnader), milj. euro	0,2	0,2	0,3

* Siffran är korrigerad från år 2017 rapport.

** Inkluderar personalen i Delikatessens verksamhet i Finland.



PRODUKTER & LEVERANS- KEDJAN

Vi erbjuder våra kunder ett omfattande utbud av säkra och hållbara kvalitetsprodukter med ansvarsfulla alternativ. Vi lyfter fram ansvarsfulla bränd och miljövänliga produkter. Vi lägger fokus på en ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja. Vi ökar andelen ansvarsfulla material i våra egna märkeskläder.



Stockmanns varuhus och Lindex modebutiker erbjuder ett omfattande produktsortiment, som består av hundratusentals produkttitlar. Produkterna som säljs hos oss måste alltid uppfylla de kvalitets-, miljö- och produktkrav som gäller.

Ansvarsfulla produkter som en del av varuhusens utbud

Stockmannvaruhusens breda 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. Stockmann uppmuntrar försäljningspersonalen till att identifiera ekomärkta produkter inom sina ansvarsområden och erbjuda dessa åt miljömedvetna kunder vid behov. Olika märkningar gällande miljöaspekter, hållbarhet och ursprung finns att tillgå. Försäljarnas kunskap om ekomärkningar kontrolleras årligen vid ISO14001-revisioner. Vårt mål är att än bättre erbjuda ansvarsfulla alternativ till kundernas kännedom.



CSR-TEMA	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL (KPI) OCH UTVECKLING ÅR 2018	STATUS
PRODUKTER KVALITETS-SORTIMENT MED HÅLLBARA VAL OCH EN TRANSPARENT LEVERANSKEDJA	Vi erbjuder ett brett utbud av säkra och tillförlitliga kvalitetsprodukter	Enligt vårt mål förekom det inga offentliga produktåterkallelser av egna varumärkesprodukter eller egen import.	● Målet uppfyllt
	Vi marknadsför hållbara varumärken och miljövänliga produkter	Vi introducerade nya hållbara varumärkesprodukter i vårt urval och delade information om dem på försäljningsgolvet och via våra kommunikationskanaler. Vi ordnade en pop up-butik bestående av hållbara hemprodukter i varuhuset i Helsingfors och marknadsförde ekokosmetik på våra kosmetikavdelningar. I Casa Stockmann-kollektionen introducerade vi sängkläder gjorda av GOTS-certifierad ekologisk bomull. Stockmanns Sustainable DESIGN-etikett och Lindex Sustainable Choice-etikett erbjuder information om de ansvarsfulla material som har använts i egna märkesplaggen.	● Målet uppfyllt
	Vi ökar användningen av hållbara material i kläder i våra egna varumärken	30 % av Stockmanns egna märkesplagg var tillverkade av ansvarsfulla material som t.ex. ekologisk bomull, lyocell eller återvunna fibrer. 65 % av Stockmanns egna märkens trikåplagg var gjorda av ekologisk bomull. Redan 55 % av Lindex kläder är tillverkade av ansvarsfulla material och 96 % av bomullen är hållbart.	● Målet uppfyllt
	Vi förbättrar insynen i våra egna varumärkens leveranskedja	Både Stockmann och Lindex publicerar en omfattande lista över egna varumärkens leverantörer och fabriker på bolagens webbplatser. Målsenligt inkluderar Stockmanns lista även hemområdet.	● Målet uppfyllt
	Vi samarbetar för att förbättra arbetsförhållandena i våra egna varumärkens leverantörsnätverk	100 % av våra egna varumärkens leverantörer och producenter har undertecknat Stockmanns Supplier Code of Conduct-uppförandekod, amfori BSCI-uppförandekod eller liknande principer. År 2018 har över 80 % av alla egna varumärkesproducenter i riskländer genomgått en amfori BSCI eller liknande revision.	● Pågående



KUNDERNAS HÄLSA OCH PRODUKTSÄKERHET



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 Supply Chain-organisation säkerställer att produkterna överensstämmer med gällande krav i kemikalie- och produktsäkerhetslagstiftningen och övriga ikraftvarande krav. Produkterna testas regelbundet av tillverkarna och importörerna. Stockmann testar produkterna för egna varumärken och egen import. Testningen görs med hjälp av prover och på basis av en riskanalys. Produkttestningen säkerställer att produkterna uppfyller alla kvalitets- och säkerhetskrav som lagstiftningen ställer samt eventuella Stockmanns egna, striktare krav.

Utöver detta följer Stockmann upp produktanmälningar från EU i syfte att informera kunder så snabbt som möjligt om produkter som kan vara farliga för användaren. 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 allvarig risk för konsumenters hälsa och säkerhet. Därutöver främjas och övervakas produktsäkerheten av finska Tullen och Säkerhets- och kemikalieverket Tukes.

Eventuella produktåterkallelser hanteras enligt interna anvisningar för återkallelser, som

fastställer ansvarsområden och nödvändiga åtgärder. Under år 2018 förekom det inga offentliga produktåterkallelser av egna varumärkesprodukter eller egen import. Marknadsövervakningsmyndigheten i Sverige fann dock att två av Lindex kosmetiska produkter inte uppfyllde kraven på kosmetiska produkter på grund av felaktig märkning. En av produkterna drogs tillbaka och för den andra vidtogs korrigerande åtgärder och därefter godkändes den till försäljning. Därtill inträffade det några fall av bristande överensstämmelse med frivilliga koder på Lindex som ledde till att två produkter drogs tillbaka från försäljningen. En komponent i förpackningen för en duschgel visade sig vara tillverkad av PVC och Lindex har ett frivilligt förbud mot PVC i sina produkter och förpackningar. En haklapp togs av försäljningen av säkerhetsskäl.

MATERIAL



Ansvar är en integrerad del av kläddesign samt inköp av material och produkter inom Stockmannkoncernen. Vårt mål är att systematiskt öka mängden material som har mindre skadlig miljöpåverkan, eller s.k. hållbara material, såsom ekologiskt odlad bomull, lyocell och återanvänd fiber i koncernens egna modemarkesprodukter. Med hållbar bomull menas ekologiskt odlad bomull, BCI-bomull (Better Cotton) eller återvunnen bomull.

STOCKMANN

- År 2018 var 30 % (10) av Stockmanns egna märkesplagg för kvinnor, barn och män tillverkade av ansvarsfulla material medan redan 65 % av Stockmanns egna märkens trikåplagg var gjorda av ekologisk bomull. Vårt mål är att öka användningen av ansvarsfulla material i våra egna märkesplagg.
- I Casa Stockmann-kollektionen introducerade vi sängkläder gjorda av GOTS-certifierad ekologisk bomull.



I Casa Stockmann-kollektionen introducerade vi sängkläder gjorda av ekologisk bomull.

55 %

av Lindex
produktsortiment
tillverkades av hållbara
material år 2018 och
96 % av bomullet var
hållbart producerat.

LINDEX

- Hållbarhet är en del av Lindex långsiktiga strategi. Ett av målen är att 80 % av Lindex kläder år 2020 ska vara tillverkade av hållbara material, i mer ansvarsfulla processer och produktionsanläggningar.
- 55 % (55) av Lindex produktsortiment tillverkades av hållbara material år 2018 och 96 % (95) av bomullet var hållbart producerat. Totalt tillverkades 33 miljoner hållbara plagg.
- 100 % av Lindex kollektion för nyfödda är tillverkat av hållbara material.
- 100 % av Lindex denimprodukter är 'Better Denim', som tillverkas av hållbara material och med processer som sparar vatten, energi och kemikalier. 90 % av denimprodukterna är färgade med den renaste indigofärgen i branschen.
- Lindex har under rapporteringsåret fortsatt att arbeta med och investera i att introducera ett mer omfattande urval av hållbara fibrer, till exempel ekoviskos och återvunnen polyamid. Det här arbetet kommer att bli synligt i sortimentet under år 2019.



ANVÄNDNINGEN AV KEMIKALIER

Vid tillverkning av kläder används kemikalier t.ex. vid färgning, tryck och tvätt. Stockmann-koncernen 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, som nu behandlas med skyddsämnet Bionic-finish®ECO istället.

Sedan år 2015 har Lindex urval inkluderat kosmetik- och hudvårdsprodukter under brändet Lindex Beauty. Produkterna är certifierade med Svanenmärket. Lindex deltar i ett kemikalienätverk vid namn Dialogue grupp, tillsammans med Sveriges Kemikalieverk och olika kosmetikmärken. Lindex har frivilligt infört ett förbud mot olösliga mikrokulor i spolprodukter. Användningen av vissa dofter och konserveringsmedel i kosmetiska produkter för barn har också frivilligt förbjudits.

FÖRPACKNINGSMATERIAL OCH INKÖPSKASSAR

Stockmann har som mål att inhämta högkvalitativa förpackning på marknaden samtidigt som miljöbelastningen av dess förpackningsmaterial hålls så låga som möjligt samt för att minska onödiga förpackningsmaterial genom att förbättra materialeffektiviteten. Vi följer utvecklingen inom teknik och lagstiftning samt kundupplevelsena noga för att proaktivt kunna erbjuda nya lösningar för förpackningsmaterial.



Lindex har under rapporteringsåret fortsatt att arbeta med och investera i att introducera ett mer omfattande urval av hållbara fibrer.



LÄS MER
www.stockmanngroup.com

Vi utnyttjar den finska 'Optikassi 2009'-undersökningen om miljöpåverkan under förpackningsmaterialens hela livscykel. Stockmann-koncernen rapporterar om användningen av förpackningsmaterial i enlighet med EU:s förpackningsdirektiv.

STOCKMANN

- Stockmann har förbundit sig till det samhälleliga åtagandet för hållbar utveckling i syfte att minska på antalet plastkassar. I enlighet med detta har vi slutat dela ut avgiftsfria plastkassar vid kassor och ökat kommunikationen i varuhuset om alternativa mer hållbara val.
- Sedan 2017 har våra inköpskassar varit avgiftsbelagda. Under år 2018 har cirka 28 % av våra kunder valt att köpa en kasse och cirka 18 % av våra kunder har valt att köpa en plastkasse. Vi kommer att fortsätta minska konsumtionen av plastkassar och erbjuda åt våra kunder ett alternativt urval bärkassar bestående av papperskassar och hållbara bärkassar.
- Stockmanns plastpåsar är till 80 % tillverkade av återvinningsmaterial. Papperskassarna är tillverkade av FSC-certifierat trä, som kommer från ansvarsfullt skötta skogar.
- Vi rekommenderar hållbara bärkassar som det bästa alternativet och vi erbjuder ett urval av dem.
- Förpackningsmaterialen, som pappkartonger, bubbelplast och förpackningspapper, som används i nätbutiken stockmann.

com är delvist tillverkade av återvunnet material.

- Under rapporteringsåret har vi kontaktats angående vårt sätt att använda sigillpåsar för kosmetiska produkter som köpts på nätbutiken. Vi uppskattar feedbacken och strävar efter att hitta en alternativ lösning till påsarna.

LINDEX

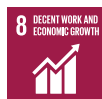
- Lindex plastpåsar består till 60 % av konsumenterna återvunnen plast, till 20 % av industriellt återvunnen plast och till 20 % av förnybart ostronskalpulver.
- I början av 2018 utökade Lindex One Bag Habit och tar nu betalt för alla påsar i samtliga butiker. Endast cirka 30 % av kunderna har valt att köpa en påse och Lindex donerar cirka 594 000 euro till ändamål som driver hållbar utveckling.
- One Bag Habit är ett gemensamt initiativ från Lindex och två andra svenska modebolag som syftar till att minska konsumtionen av påsar och öka medvetenheten om påsars negativa miljöpåverkan. Initiativet blev utsett till "Årets insats inom hållbart varumärkesbyggande" av Sustainable Brand Index under 2018.
- Förpackningsmaterialet i Lindex webbutik är tillverkat till 100 % av återvunnet material. Dessutom har Lindex minskat användningen av plast i sin leveranskedja t.ex. genom att minska plastanvändning i produkter som fraktas från produktionsländerna.



HÖRSTENARNA I VÅR ANSVARS- FULLA INKÖPS- PRAXIS

- Vi har en gemensam uppförandekod för att säkra mänskliga rättigheter och arbetsrättigheterna i alla produktionsländer
- Vi gynnar långsiktiga relationer med leverantörer och koncentrerar produktion enligt möjligheter
- Vi är i nära kontakt med de viktigaste leverantörerna via våra lokala inköpskontor
- Uppförandekodens efterlevnad följs upp genom revisioner av egna och tredje part
- Vi vill vara transparenta: Vi delar information om vår inköpspraxis och tillverkningsländer och publicerar våra leverantörer och fabriker

INKÖSPRAXIS



En ansvarsfull, transparent och spårbar leveranskedja är ett av Stockmanns CSR-fokusområden och viktigt för våra intressenter. Vårt ansvarsarbete och rapportering baserar sig på riskbedömning och påverkningsmöjligheter. Mode står för ca 80 % av koncernens omsättning, och därför fokuserar vi

särskilt på ansvar inom leveranskedjan för mode samt produktionen av Stockmann-koncernens egna varumärken, som vi bäst kan påverka.

Våra intressentgrupper, inklusive våra kunder, myndigheter och icke-statliga organisationer uppvisar ett ökat intresse för vårt arbete inom leveranskedjan. Frågor som tas upp är bland annat våra inköpsrutiner, tillverkningsländer, vår uppförandekod för varuleverantörer samt mänskliga rättigheter såsom skälig lön organisationsfrihet och bedömningar av spårbarhet, våra egna revisioner och avhjälpande av brott mot mänskliga rättigheter.

Stockmann kräver även att alla dess varuleverantörer binder sig vid bolagets uppförandekod eller uppvisar förbindelse med liknande koder. Ansvarsfrågor diskuteras vid inköpsförhandlingar och vid uppgörandet av leverantörsavtal.

Välkända internationella och inhemska märkesprodukter utgör huvudparten av varuhusens utbud. Dessutom finns det ett brett sortiment av de egna märkenas desig-

nade dam-, herr- och barnkläder och inredningsprodukter som inte kan hittas någon annanstans. Nästan alla produkter som säljs på Lindex är egna varumärken.

INKÖSPRAXIS FÖR LEVERANTÖRER AV EGNA MÄRKEN

Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar, utan de egna märkesprodukterna tillverkas av kontraktstleverantörer. Vid val av leverantör uppmärksammar vi många faktorer. De viktigaste kriterierna är att möta Stockmannkoncernens behov, leverantörens know-how och leveransförmåga, kvalitet och pris, ansvar, särskilt när det gäller arbetsförhållanden och miljöfrågor samt möjlighet till långsiktigt samarbete. Alla fabriker måste uppfylla Stockmannkoncernens startkrav och förbinda sig till den gemensamma uppförandekoden och kontinuerlig förbättring. Vårt mål är ett långsiktigt samarbete med leverantören.

Ett nära samarbete med leverantörer

Vid slutet av år 2018 hade Stockmannkoncernen fem lokala inköpskontor i Kina (Shanghai och Hong Kong), Bangladesh, Indien och Turkiet. Kontoren spelar en viktig roll när det gäller att utveckla arbetsförhållanden och att identifiera risker. Tillsammans sysselsätter kontoren totalt 131 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. Cirka 91 %

av Lindex produkter och cirka 40 % av Stockmanns egna varumärken köps via våra inköpskontor.

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 regelbundet 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 hållbarhetskriterier och affärsprestationer ingår som kriterium. Utifrån utvärderingen klassificerar vi våra leverantörer på olika nivåer, klassificeringen innehar en viktig roll i vår leverantörshantering.

Instruktioner för leverantörer

Alla leverantörer måste förbinda sig vid Stockmannkoncernens startkrav, dvs. amfori BSCI:s uppförandekod kompletterat med Stockmanns egna riktlinjer som görs på basis av iakttagna människoräts- och andra risker. Dessa är bl.a. förbud mot sandblästring av jeans samt krav för att respektera djurens rättigheter t.ex. gällande produkter som



innehåller angora- och merinoull, läder, päls, fjädrar och dun, förbud mot bomull från Uzbekistan samt kemikaliebegränsningar.

Obehörig underentreprenad utgör en risk för överensstämmelsen med koden. Våra producenter är alltid skyldiga att 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.

Stockmanns varuhus har dessutom en ansvarspolicy för träd från tropiska naturskogar och pälsar. Produkter med äkta päls ingår inte i Lindex modesortiment.

Amfori BSCI-samarbete

Stockmannkoncernen är medlem i amfori BSCI (tidigare Business Social Compliance Initiative) sedan år 2005. Amfori BSCI är ett branschdrivet initiativ för företag, och som är engagerade i att förbättra arbetsförhållanden i fabriker och produktionsanläggningar i hela världen. Dess uppförandekod, som baserar sig på internationella avtal, innehåller 11 grundläggande arbetsrättigheter i en anda av fortlöpande förbättring.

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, barmarbete, tvångsarbete och otrygga anställningar. I Stockmannkoncernen kommunicerar vi aktivt

om amfori BSCI-uppförandekoden till våra leverantörer och producenter, och samarbetar med dem för att kunna förbättra arbetsvillkoren i våra leveranskedjor.

Fabriker i länder som amfori 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 amfori BSCI-revisioner som utförs av tredje part. SA8000-certifikatet (Social Accountability 8000) är ett alternativt, bästa praxis för amfori BSCI-revisioner.

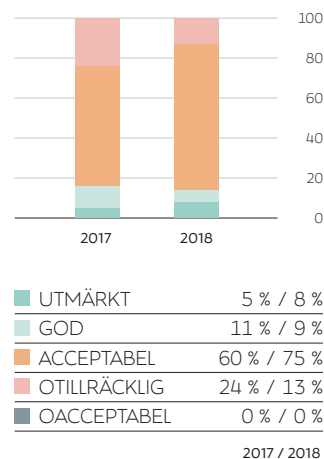
För att förbättra kvaliteten på revisionerna är amfori BSCI-revisioner delvist anmälda. Revisionstidpunkten rapporteras till fabriken som en fyra veckors tidsram i stället för den exakta tiden.

Revisioner, inspektioner och fynd

Efter varje revision, såväl en amfori BSCI-revision, en egen revision eller en Bangladesh brand- och byggsäkerhetsrevision, kommer en revisionsrapport att utarbetas och en korrigerande handlingsplan kommer att göras för att korrigera de upptäckta bristerna. I handlingsplanen är varje uppgift planerad och övervakning genomförs.

Amfori BSCI-revisionerna genomförs av internationellt ackrediterade, oberoende revisorer. Ingen fabrik som producerar för Stockmann fick revisionsresultatet 'oacceptabelt' eller påträffades av noll-toleransfrågor. De viktigaste slutsatserna i revisionerna var bristfälligheter i kraven på arbetstid eller i

AMFORI BSCI REVISIONER 2018-2017



tillgången till en ledig dag i veckan, samt problem med hälso- och säkerhetsaspekter, ledningssystemet och rättsvis ersättning.

Förbättring av brand- och byggnadssäkerheten i Bangladesh

Stockmann har förbundit sig till ett avtal om att förbättra säkerheten i fabriker i Bangladesh, som är ett av våra mest betydande produktionsländer. År 2013, förband sig Stockmann till ett avtal om att förbättra brand- och byggnadssäkerheten (Accord) 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 i Bangladesh ska genomgå revisioner rörande brandsäkerhet, elektricitet och konstruktionsfrågor. Den första kontraktperioden löpte ut

ANTAL REVISIONER

	2018	2017
amfori BSCI	257	88
interna	66	119
SA8000-certifikat	3	13

våren 2018 och Stockmann har åtagit sig Accords övergångsavtal som syftar till att slutföra reparationer av fabrikerna enligt det ursprungliga kontraktet och överföra ansvaret till lokaladministrationen så fort som möjligt. Situationen ses över halvårsvis och övergångsavtalet gäller fram till år 2021 eller tills lokaladministrationen är redo att fortsätta uppgiften.

I slutet av år 2018 var 89 % av de korrigeringar som krävdes enligt kontraktet för alla fabriker i Accord och för 93 % av de fabriker som används av Stockmannkoncernen gjorda.

ACCORDINSPEKTIONER

	2018	2017
Antalet Accord-inspektioner	145	221
Stockmannkoncerns egen prestationsprocent	93 %	89 %
Accords genomsnittliga prestationsprocent	89 %	82 %



Tillverkningsländer och fabrikslistor

Vårt mål är att kommunicera öppet om ämnen som är intressanta för våra intressenter och därför publicerar vi på affärsenheternas webbplatser en lista över våra leverantörer och de fabriker som levererar våra egna märkens mode- och hemvaror.

STOCKMANN

- År 2018 köptes Stockmanns egna modevarumärken från cirka 99 (86) leverantörer och de tillverkades i cirka 142 (120) fabriker. Ungefär 55 % av fabrikerna var så kallade direktleverantörer och 45 % förvärvades via våra inköpskontor. Leverantörerna och fabrikerna är delvist gemensamma med Lindex.
- Under rapporteringsåret köptes Stockmanns egna hemområdets märkesvaror från 57 leverantörer och de tillverkades i 54 fabriker. Mer än 20 % av produkterna införskaffades via våra inköpskontor, medan majoriteten av produkterna kom via så kallade direktinköp. Det här är första gången vi rapporterar om våra egna hemområdes varumärkesleverantörer och – fabriker.

LINDEX

- År 2018 hade Lindex cirka 127 (142) leverantörer som anförklade 202 (242) fabriker.
- Lindex har 40 leverantörer som står för 80 % av produktionen och är Lindex kärnleverantörer. Produktionen är systematiskt inriktad på färre fabriker för att fokusera på att förbättra samarbete, arbetsvillkor och miljöarbete i de viktigaste fabrikerna.
- Förutom att Lindex publicerar det första ledet, dvs. fabrikerna som syr kläder, publicerar bolaget i sin leverantör- och fabrikslista även för Turkiets och Bangladeshs del det andra ledets fabriker som står för tryck, broderi och tvätt av kläder. Syftet är att utöka listan i detta avseende också till andra verksamhetsländer.

DE FRÄMSTA PRODUKTIONSLÄNDERNA FÖR STOCKMANNS EGNA MODEMÄRKEN ÅR 2018

Kina	55 %
Indien	11 %
Bangladesh	11 %
EU-länder	9 %
Turkiet	4 %

DE FRÄMSTA PRODUKTIONSLÄNDERNA FÖR STOCKMANNS EGNA HEMVARMÄRKEN ÅR 2018

EU-länder	55 %
Kina	17 %
Pakistan	9 %
Indien	9 %
Turkiet	5 %

LINDEX PRODUKTERS FRÄMSTA TILLVERKNINGSLÄNDER 2018

Bangladesh	46 %
Kina	23 %
Turkiet	7 %
Myanmar	7 %
Italien	5 %

lön direkt till arbetstagaren, tills ett arbetstillstånd erhållits, för att garantera ett tillräckligt socialskydd. Förfarandet förverkligas i samarbete med ASAM (the Association for Solidarity with Asylum Seekers and Migrants).

Samarbetsprojekt i leveranskedjan

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. Som en del av Lindex förstärkande av kvinnan-program i leveranskedjan är Stockmannkoncernen involverad i projekt som HER (Health Enables Return) samt som nyaste WE Women by Lindex-projektet. Vi deltar även i flera projekt för att minska vattenförbrukningen och annan miljöpåverkan som t.ex via Water Aid-samarbetsprojektet.

Syriska flyktingar i leveranskedjan i Turkiet

I Turkiet har identifierats risk för flyktingar från Syrien att bli utsatta för missbruk på grund av deras utsatta ställning. Stockmannkoncernens leverantörer har tillgång till en standardprocess ifall de identifierar att syrisk flykting används som arbetskraft i leveranskedjan. Leverantörerna har fått skolning i processen, till exempel när det gäller att ansöka om arbetstillstånd och att betala brutto minimum



Lindex deltar i projektet HER samt som nyaste WE Women by Lindex-projektet.



Bedömning av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsvillkor

En betydande andel, cirka 90 %, av de egna varumärkenas modeprodukter tillverkas i områden som amfori BSCI klassificerar som risk länder. Vi är medvetna om att det finns en risk för överträdelser av uppförandekoden och vi arbetar aktivt för att säkerställa att koden efterföljs. Dessutom, granskar vi möjligheten att bättre integrera mänskliga rättigheter och barns rättigheter i våra bedömningar. Stockmanns styrelse godkände Stockmannkoncernens principer för mänskliga rättigheter i februari 2018.

Vid brott mot de mänskliga rättigheterna arbetar vi med leverantören för att rätta till

offrets situation. Inga fler produkter kommer att beställas från leverantören tills situationen har rättats och offret har fått en ersättning.

TEKSTILINDUSTRINS UTMANINGAR OCH RISKER

Utmaningar för hela textilindustrin är bl.a. spårbarheten och insynen i leveranskedjan, förverkligandet av mänskliga rättigheter och arbetsrätt i hela kedjan och miljöpåverkan av produktion och råvaror. Vår riskanalys visar fem speciella riskområden för våra verksamhetsprinciper och de är: Ledningssystem, Dokumentation, Löner och ersättning och Arbetstid. Ytterligare information om de identifierade riskerna och förvaltningsmetoderna kan hämtas från Stockmannkoncernens webbplats.

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, avfalls- hantering och utsläpp, och arbetar med ständiga förbättringar.

Lindex samarbetar med sina denim-leverantörer för att utveckla produktionen till att vara skonsammare för miljön. Lindex Better Denimresa började år 2014, och nu är 100 % av Lindex-denim urval Better Denim. Processen använder upp till 85 % mindre vatten, 70 % mindre energi och 45 % mindre kemikalier än vid traditionell tillverkning av jeans. Vid tillverkning av jeans används också den säkraste indigofärgen i branschen, liksom mer ekologiska detaljer som knappar, blytlås och fickor. All bomull som används i jeans är ekologisk bomull, Better Cotton (BCI) bomull eller bomull som kunderna har återvunnit och dessutom används återvunnen polyester. Även produktionsprocessen av trikåer utvecklas till mer miljövänlig. Aviteira-färgämnet används för färgning av jerseyplagg i barnens bassortiment, vilket minskar vattenförbrukningen med 30 %.

Genom Lindex har Stockmannkoncernen 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.

Lindex Better Denimresa började år 2014 och

100 %

av denim-urvalet idag är Better Denim.

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 omfattar Sweden Textile Water Initiative (STWI) and the Better Cotton Initiative. Lindex har även länge samarbetat med WaterAid och stöder arbetet att förbättra tillgången till rent vatten, förbättrad hygien och sanitet i världens fattigaste samhällen. Mer information om samarbetet finns på Lindex webbplats.



LÄS MER

www.stockmanngroup.com

Leverantörernas miljöbedömning

Textilproduktion förbrukar mycket vatten. Vattenpåverkan i vår leveranskedja är störst inom bevattningen av bomullsfält och våtbearbetning vid textilproduktion, såsom färgning och tvättning. Därför ska



MILJÖ

Vårt mål är att minska de miljökonsekvenser som affärsverksamheten orsakar och handla i enlighet med hållbar utveckling. I vår dagliga verksamhet arbetar vi för 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 Stockmanns 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 är en del av enheternas dagliga verksamhet och arbetet koordineras av Kommunikation och CSR-avdelningen. Enheterna ställer själva specifika miljömål, definierar indikatorer för uppföljning av hur målen uppnås och inför lämpliga ledningsmetoder.

MILJÖLEDNING



Sedan 2003 har ett ISO 14001 certifierat miljöledningssystem varit i bruk Stockmanns varuhus och stödfunktioner i Finland.

Under rapporteringsåret utvidgade vi certifieringen till att omfatta även vårt distributionscenter i Tusby, Finland. Idag är alla Stockmanns affärsverksamheter i Finland ISO 14001-certifierade. Handlingsmetoderna och -riktlinjerna för Stockmanns miljöledningssystem tillämpas vid Stockmanns varuhus i de baltiska länderna, i syfte att ansöka om certifiering under de kommande åren.

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.

CSR-TEMA	MÅL & ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL OCH UTVECKLING 2018	STATUS
MILJÖN	Vi fortsätter förbättra vår energieffektivitet	Vi fortsatte att genomföra energieffektivitetsåtgärder i vår verksamhet. Vi ökade användningen av LED-belysning i våra varuhus och förnyade några av rulltrapporna i Helsingfors varuhus med mera energieffektiva alternativ. Vårt mål är att förbättra energieffektiviteten i våra fastigheter med 4 % till 2020.	● Pågående
MINSKAD MILJÖPÅVERKAN	Vi minskar miljöpåverkan från vår logistik	Under strategiperioden minskade vi distributionstransporternas utsläpp med 25 % och vi översteg vårt mål på 10 %. Centraliseringen av lagerverksamheten till ett distributionscenter har haft en betydande roll till minskningen av utsläpp.	● Målet uppfyllt
	Vi minimerar avfall och hittar nya möjligheter att återanvända och återvinna	73,2 % av det avfall som Stockmanns varuhus i Finland genererade återvanns, vilket överträffade målet på 70 %. Dessutom minskade den totala mängden av avfall i Finland med cirka 11 % jämfört med föregående år.	● Målet uppfyllt

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

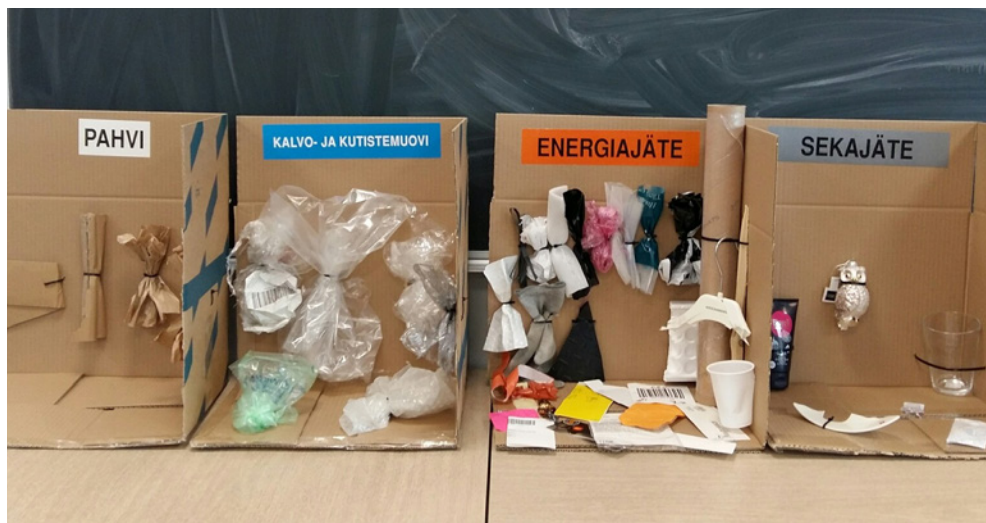
Stockmann beaktar miljöaspekter vid planeringen och ledningen av verksamheten samt vid anskaffningen av produkter och tjänster för eget bruk. Stockmann förutsätter att serviceleverantörerna binder sig till att följa principerna i bolagets uppförandekod under samarbetet. Serviceleverantörerna har en betydande roll i strävan för att Stockmann skall uppnå miljömålen och därför diskuteras miljöaspekter och -mål regelbundet under samarbetet.

ÖKNING AV DEN INTERNA MILJÖMEDVETENHETEN

Varje medarbetares insats behövs för att vi ska nå våra miljömål. Personalens miljömedvetenhet underhålls och ökas genom kontinuerlig utbildning och regelbunden intern kommunikation, till exempel via intranätet och via inforutor och anslagstavlor som är placerade i personalutrymmen.

Under rapporteringsåret ordnade vi flera utbildnings sessioner. Till exempel, är miljöfrågor en del av introduktionsutbildningen som varje ny medarbetare deltar i. I samarbete med serviceleverantören av avfallshantering, ordnades miljöutbildningar om avfallshantering och sortering





Jätenäyttely Stockmannin jakelukeskuksessa.

i varuhuset i Helsingfors och i vårt distributionscenter. Dessutom organiserade vi en liten avfallsutställning i vårt distributionscenter för att ytterligare stöda källsortering.

ENERGI



Koncernens energiförbrukning utgörs främst av el 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.

Energieffektivitet är en viktig del av vårt miljöarbete, eftersom energiförbrukningen i

Stockmanns egen verksamhet har identifierats som den mest betydande källan av koldioxidutsläpp. Som en del av vårt miljöarbete strävar vi efter att implementera energieffektiva åtgärder för mildra vår klimatpåverkan och förbättra kostnadseffektiviteten i vår verksamhet. Stockmann Real Estate affärsenheten ansvarar för energiledningen i varuhusen, distributionscentret och stödfunktionerna. Real Estate affärsenheten och varuhusens fastighetskoordinatorer övervakar energiförbrukningen som en del av den dagliga verksamheten. För att ytterligare förstärka uppföljningen av energiförbrukningen och reaktionsförmågan på möjliga avvikelser i energikonsumtionen samarbetar Stockmann med ISS Energiledningscentralen. År 2018 fortsatte vi genomförandet av Stockmanns

energieffektivitetsprogram, genom att fokusera på optimering av fastighetssystem samt via ventilations- och belysningsstyrning i alla lokaler, i syfte att ytterligare minska elförbrukningen. År 2019 kommer Stockmann att utföra energioversikter i sina lokaler och resultaten av de här kommer att användas i utvecklingen av energieffektivitetsarbetet.

Stockmann har ett distributionscenter, beläget i Finland. Distributionscentret betjänar stockmann.com-nätbutiken och Stockmanns varuhus i alla verksamhetsländer. Stockmanns distributioncenter togs i bruk år 2016 och den har möjliggjort att Stockmann har kunnat centralisera sin lagerverksamhet och minska mängden av distributioner av varor. Ytterligare har den också haft en påverkan på lagerverksamhetens energieffektivitet. Stockmanns distributionscenter har erhållit guldnivåns LEED-miljöcertifikat. LEED (Leadership in

Energy and Environmental Design) är ett internationellt miljöcertifieringssystem för att främja hållbart byggande. LEED-certifikatet har fyra nivåer – Certifierad, Silver, Guld och Platina. Byggnaden har planerats och byggts utgående från hållbar utveckling och med beaktande av miljöaspekter, som t.ex. energieffektivitet och jordvärmesystem. Belysningen har förverkligats med LED-lampor och jordvärmesystemet producerar nästan all värme- och nedkylningsenergi som behövs i byggnaden. Med fjärrvärme genererar man varmvatten till byggnaden. Möjligheten för att använda solenergi som energikälla vid distributionscentret har också undersökts.

Under rapporteringsåret har Stockmann fortsatt att förnya belysningen i sina varuhus i Helsingfors och Jumbo. I båda varuhusen har en del av den konventionella belysningen ersatts med LED-belysning. Enligt Stock-

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2016–2018

	2018	2017	2016
DIREKT FÖRBRUKNING			
Brännolja (MWh)	474	432	430
Naturgas (MWh)	16 259	17 764	19 443
INDIREKT FÖRBRUKNING			
Elektricitet (MWh)	107 502	110 651	124 460
Värme och nedkylning(MWh)	76 072	73 321	80 550
Vatten (m3)	217 501	210 607	218 110

Brännolja och naturgas baseras på mätdata för Stockmann och uppskattningar för Lindex. Elförbrukningen omfattar koncernens samtliga funktioner. Värme- och nedkylningsförbrukningen omfattar koncernens samtliga funktioner, exklusive koncernens inköpskontor i Asien. 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 koncernen (bortsett varuhuset Itis) och distributionscentret i Sverige.

manns belysningskoncept införs LED-teknik mer omfattande i samband med saneringsprojekt. Några av rulltrapporna i varuhuset i Helsingfors förnyades till mer energieffektiva. År 2018 beslöt vi att Delikatessen i varuhuset i Tallinn kommer att förnyas under år 2019. Enligt beslutet och planeringsprocessen kommer belysningen i varuhusets första våning att förnyas till LED-belysning. Under rapporteringsåret har varuhusens energiförbrukning övervakats, t.ex. genom att följa upp och optimera belysningsstyrningen och distributionscentrets ventilation.

Lindexbutikerna har även fokuserat på att minimera energiförbrukningen och alla butiker följer rutinmässigt en effektiv checklista för energiförbrukning. I utvalda butiker har man utfört en undersökning om elförbrukningen. Enligt undersökningen består 90 % 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 koldioxidutsläppen gynnar sig Lindex av att använda sig av elektricitet från förnybara energikällor. Lindex långsiktiga mål är att bli energineutrala genom att använda energi från förnybara källor.

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 2018 omfattar Stockmann Retail och Real Estate affärsenheterna, Lindex och koncernens gemensamma funktioner i alla verksamhetsländer, med undantag för franchiseverksamhet. Stockmanns utsläppberäkning inkluderar även hyresgästerna som agerar i varuhusen och som vid slutet av år 2018 innehade 51 % av den totala uthyrda ytan i Stockmanns fastigheter.

Det här är den nionde gången som Stockmann rapporterar sina växthusgasutsläpp och rapporten omfattar hela koncernen. Jämförelsesiffrorna presenteras för år 2016 och 2017 och förändringarna i rapporteringens omfattning förklaras i kommentar kolumnen.

Koncernens utsläpp presenteras i tabellen "Växthusgasutsläpp 2016-2018". Beräkningen har utförts i enlighet med rapporteringsprinciperna i Greenhouse Gas Protocol (GHG). I enlighet med GHG-Protocol standarden skall bolagen redovisa den indirekta elförbrukningen producentspecifikt (market-based) samt platsspecifikt (location-based). De siffror som redovisas i tabellen beräknas enligt market-based metoden och Stockmannkoncernens totala utsläpp var

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2016-2018

tCO ₂ e	2018	2017	2016	Förändring 2017-2018, %	Kommentarer
DIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 1)	1 580	1 270	1 970	24 %	Ökning huvudsakligen pga. normal fluktuering i kylmedel.
Stationär förbränning	180	170	170	6 %	
Kylmedel	1 400	1 100	1 800	27 %	
INDIREKTA UTSLÄPP FRÅN KÖPT ENERGI (SCOPE 2)	44 600	47 900	49 900	-7 %	Minskning främst pga. energieffektivitetsåtgärder och avyttring av Bokhus-fastigheten.
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	31 300	33 900	35 600	-8 %	
Uppvärmning och nedkylning	13 300	14 000	14 300	-5 %	
ÖVRIGA INDIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 3)	10 850	13 800	12 600	-21 %	Minskning främst pga. god logistikledning och normalisering av transportmiljön 2018.
Intern logistik	1 900	2 800	2 800	-32 %	
Extern logistik	6 000	7 900	6 600	-24 %	
Affärsresor	850	1 100	1 200	-23 %	
Avfall	2 100	2 000	2 000	5 %	
TOTALT	57 030	62 970	64 470	-9 %	
UTEBLIVNA UTSLÄPP	250	270	1 100		Växthusgasutsläppen är neutraliserade av två logistikleverantörer via certifierade klimatprojekt.
(NETTOUTSLÄPP)	56 780	62 700	63 370		

Uträkningen för utsläpp av växthusgaser för 2017 och 2016 har omräknats för att möjliggöra jämförbarhet. Kylmedel från Stockmanns verksamhet i Baltien har inkluderats för alla rapporteringsår. En betydande andel av Lindex uppvärmning och nedkylningsinformation består av uppskattningar. Siffrorna i tabellen är avrundade.

57 030 tCO₂e. Enligt location-based metoden var utsläppen 54 330 tCO₂e.

Den mest betydande andelen av utsläpp under år 2018, cirka 78 %, kom från produktionen av köpt energi (scope 2), speciellt elektricitet, vilket dock minskade något från föregående år. Av elektriciteten som används

av Lindex är cirka 54 % från förnybara energikällor som köps av LOS Energy och vars utsläpp beräknas som noll. Scope 3 indirekta utsläpp presenteras där de är relevanta; dylika största utsläpp hänför sig till transporter.

De totala redovisade utsläppen minskade med cirka 9 % från föregående år. Minsk-

ningen berodde främst på minskning av utsläpp i scope 2 (-7 %) och på minskning av utsläpp som genererats av transporter i scope 3 (-35 %). Utsläppen i scope 1 ökade (24 %). När det gäller scope 2 minskade förbrukningen av el både i Stockmanns och Lindex verksamhet, främst på grund av energieffektivitetsåtgärder och av försäljningen av Bokhus-fastigheten. Den betydande minskningen av utsläpp genererat från logistik beror främst på god logistikledning och normalisering av transportmiljön år 2018. Under rapporteringsåret möttes vi inte av liknande logistikutmaningar som året innan. Utsläpp från affärsresor (scope 3) minskade medan utsläppen för avfall (scope 3) ökade något. Utsläppen i scope 1 ökade från föregående år främst på grund av normal fluktuation av kylmedel.

MINSKNING AV UTSLÄPP VID TRANSPORT AV VAROR

Koncernen betjänar kunder i olika länder och kontinenter, vilket betyder att varudistributionen till butikerna förorsakar utsläpp. Vi fäster stor vikt vid effektiva och miljövänliga varuflöden, och vi samarbetar med våra transportleverantörer. I vår logistikhantering värdesätter vi långvarande relationer med våra leverantörer och vi strävar till ett nära samarbete för att förbättra effektiviteten i transporterna. Distributionstransporterna optimeras ständigt med hjälp av ruttplanering, genom att använda sig av nya korrekt dimensionerade transportmedel med låga utsläpp, genom att utnyttja returtransporter samt genom systematisk uppföljning och ett aktivt samarbete med

transport leverantörer. Det strategiska målet för Stockmann har varit att minska utsläppen av inhemska distributionstransporter med 10 % till 2018. Vi översteg vårt mål och har minskat utsläpp från våra distributionstransporter med cirka 25 % mellan åren 2015–2018.

Transporterna från inköpskontoren i Asien till distributionscentren sker i regel med 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. Lindex använder också järnvägstrafik i sin verksamhet som ett alternativ till snabba leveranser. Järnvägsfrakt jämfört med flygfrakt minskar utsläppen avsevärt och Lindex mål är att öka användningen av järnvägstransporter.

MINSKNING AV UTSLÄPP VID AFFÄRS- OCH ARBETSRESOR

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. Stockmann har i bruk en praxis gällande distansarbete. Distansarbete skapar möjligheten för medarbetarna att minska utsläpp som är relaterade till att ta sig till och från arbetsplatsen lika som det stöder balansen mellan arbete och familjeliv.



Vi uppnådde
vårt mål och
har minskat
distributions-
transporternas
utsläpp med cirka

25 %

mellan åren
2015–2018.

CDP-RESULTAT

Utöver att publicera CSR-rapporten, rapporterar Stockmannkoncernen även sina växthusgasutsläpp i den internationella Carbon Disclosure Project-undersökningen (CDP). År 2018 var Stockmanns resultat på en god nivå B. 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 ibruktagandet av bästa praxis inom miljöledningen (leadership). Vitsordet B berättar att bolaget har bedömt sin miljöinverkan och vidtagit åtgärder för att dämpa klimatförändringen.

SPILLVATTEN OCH AVFALL



Det avfall som uppkommer vid affärsenheternas verksamhet är främst förpackningsavfall, som paff och plast. I Delikatessen i

Baltien och i Real Estate-affärsenheten uppkommer även biologiskt nedbrytbart avfall som ett resultat av hyresgästernas verksamhet, som består av livsmedelsförsäljning, restauranger och caféer. Vi fäster vikt vid avfallssortering och återvinning genom att tillhandahålla utbildning för personalen och för hyresgästerna, 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 2018 minskade med ca 11 % (20). Målet för materialåtervinning var att 70 % av avfallet skulle riktas till materialåtervinning, resultatet för år 2018 uppgick till 73,2 %. Stockmann har ett nära samarbete med serviceleverantören av avfallshantering. Under senaste åren har särskild uppmärksamhet ägnats åt tidtabeller för avfallsinsamling för att förbättra effektiviteten i avfallstransporter och minska utsläppen från dem.

Under de senaste åren har våra intressenter kontaktat oss angående vårt tillväga-



gångssätt angående plagg som inte har blivit sålda. Stockmann säljer alla sina produkter med hjälp av nedsatta priser eller alternativt säljs produkterna i personalbutikerna till personalen. Inga produkter blir krav. Mögel eller annan förstöring av produkter under frakt är sällsynt, men i sådana fall sker disponering av produkterna och processen övervakas av tullmyndigheterna.

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 miljö-ansvar. Vattenförbrukningen presenteras i tabellen "Energi- och vattenförbrukning 2016–2018". Största delen av koncernens

vattenförbrukning sker i varuhusens restauranger, kök och hygienutrymmen. Vattenförbrukningen minimeras genom att utbilda personal och hyresgäster, föregripa och reparera även mindre läckage och skaffa effektivare vattenarmaturer för att ersätta de gamla.

ÅTERANVÄNDNING VIA DONATIONER

STOCKMANN

Stockmanns varuhus och stödfunktionerna samverkar för att främja återanvändning 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. Vi donerar till dem material från Stockmanns egen designstudio. Dessutom donerar vi regelbundet plagg- och produktprobitar åt HOPE r.f., som delar dem vidare till mindre bemedlade familjer eller till familjer som är utsatta för en krissituation.

LINDEX

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

AVFALL 2016–2018

	Stockmann Finland			Stockmann Baltikum			Lindex			Totalt		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016	2018	2017	2016	2018	2017	2016
MATERIALÅTERVINNINGSBART AVFALL												
Paff och papper	1 071	1 211	1 604	189	245	236	1 277	1 179	1 205	2 537	2 635	3 045
Bioavfall	905	964	1 356	111	131	172	1	1	1	1 017	1 096	1529
Plast	52	42	54	6	8	5	0	0	0	58	50	59
Övrigt återvinningsbart avfall (metall, glas)	39	52	74	20	10	15	0	0	78	59	62	167
ENERGIÅTERVINNINGSBART AVFALL												
Blandavfall	49	157	224	247	459	470	3	2	5	299	618	699
Energiavfall	714	798	996	248	52	0	45	35	25	1 007	885	1 021
Bioavfall	34	0	0	0	0		0	0	0	34	0	0
Farligt avfall	3	8	13	20	14	16	1	1	1	24	23	30
TOTALT	2 867	3 032	3 101	841	919	915	1 328	1 218	1 314	5 036	5369	6 551
ÅTERVINNINGSGRAD, %	72 %	70 %	72 %	40 %	43 %	48 %	97 %	97 %	98 %	73 %	73 %	74 %

Siffrorna för Stockmann omfattar alla verksamheter i Finland (exklusive varuhuset i Hagalund) och Baltien. Siffrorna för Lindex omfattar distributionscentret. Siffrorna är inte helt jämförbara mellan länderna.

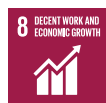


EKONOMI OCH FÖRVALTNING

Engagemang för ansvarsfull verksamhet utgör en viktig del av vårt dagliga sätt att arbeta. I vårt beslutsfattande följer vi principerna för god bolagsstyrning. Vi strävar efter långsiktig lönsam verksamhet och vidtar flera strukturella åtgärder för att vända verksamheten åter till vinst.



RESULTATUTVECKLING



Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat år 2018 var 28,4 miljoner euro (12,3 miljoner euro). Det justerade rörelseresultatet förbättrades i Lindex och Real Estate,

men Stockmann Retails justerade rörelseresultat var lägre än under föregående år. Det rapporterade resultatet var -5,0 miljoner euro innehållande en nedskrivning av Stockmann Retails goodwill med 25,0 miljoner euro och andra justeringar på totalt 8,4 miljoner euro. Målet är för år 2019 är att förbättra koncernens rörelseresultat exklusive inverkan från Nevsky Centre. I början av år 2019 lanserades ett initiativ med målet att minska koncernens kostnader med 20 miljoner euro innan utgången av året.



LÄS MER
om bokslutet på adressen
ar2018.stockmanngroup.com

SKAPANDE AV EKONOMISKT MERVÄRDE OCH FÖRDELNINGEN

Stockmannkoncernens verksamhet medför ekonomiskt mervärde till bolagets intressenter, verksamhetsområden och marknadsområden. Merparten av det ekonomiska mervärdet går åt till personalens löner och arvoden samt leverantörer av produkter och material samt tjänsteproducenter.

CSR-TEMA	MÅL OCH ÅTGÄRDSPUNKTER	NYCKELTAL (KPI) OCH UTVECKLING ÅR 2018	STATUS
EKONOMI & FÖRVALTNING LÖNSAMHET MED EN HÅLLBAR AFFÄRSMETOD	Vi arbetar för en etisk och transparent verksamhet genom Stockmanns uppförandekod, FN:s Global Compact och amfori BSCI:s uppförandekod.	Vi fortsatte implementeringen av vår e-utbildning gällande uppförandekoden i Finland. Vid slutet av år 2018 hade 59 % av Stockmanns personal i Finland genomfört utbildningen. Av Stockmanns personal i stödfunktionerna samt varuhuscheferna hade 94 % genomfört utbildningen. Vårt långsiktiga mål är att 100 % av koncernens personal ska ha gått utbildningen. En pågående målsättning är att 100 % av Stockmanns leverantörer ska ha undertecknat Stockmanns uppförandekod.	● Pågående
	Vi tillför ekonomiskt värde till alla våra intressenter.	Vårt justerade rörelseresultat år 2018 uppgick till 28,4 miljoner euro (12,3 miljoner euro). Nettoresultatet för året var fortsatt negativt och styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen utdelning av medel görs för räkenskapsåret. Leverantörer och personal är fortsatt de intressegrupper som tillförs det största ekonomiska värdet: köp från leverantörer låg på 756,9 miljoner euro och kostnader för anställningsförmåner uppgick till 188,6 miljoner euro under år 2018.	● Målet inte uppnått
	Vi tillhandahåller en transparent och pålitlig CSR-kommunikation med en integrerad syn.	Vi publicerade integrerade översikter om affärsverksamheten, ekonomin, administrationen och CSR. CSR-frågor rapporterades även i styrelsens verksamhetsberättelse i enlighet med EU-direktivet 2014/95/EU om icke-finansiell information. Vi publicerade detaljerad information om CSR-strategimål och deras framskridande.	● Målet uppnått
	Vi utför en bedömning av mänskliga rättigheter med de viktigaste intressentgrupperna.	År 2018 fortsatte due diligence-projektet. Vid utgången av året hade vi utvärderat förverkligandet av mänskliga rättigheter i Lindex försäljnings- och franchiseländer. Arbetet fortsätter år 2019.	● Pågående

Stockmann Oyj Abp:s aktier noteras på Nasdaq Helsingfors. Bolaget hade 44 393 registrerade aktieägare vid utgången av år 2018, jämfört med 46 672 ett år tidigare. Utdelningspolicyen som fastställts av Stockmanns styrelse är att utdela mer än hälften av resultatet från den ordinarie verksamheten. Ingen dividend utbetalades för resultatet år 2017 pga. den förlustbringande verksamheten.

Styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen dividend utdelas för resultatet år 2018.



VÄRDESKAPANDE FÖR INTRESSENTER

Resurser

PROFESSIONELL PERSONAL
& ORGANISATION

BRAND

PRODUKTER

FLERKANALIG SERVICE

FINANSIELLA RESURSER
& FASTIGHETER

NATRUTILLGÅNGAR



Påverkan

KUNDER

Omsättning, hyres- och serviceintäkter och
övriga rörelseintäkter

PERSONAL

löner, arvoden, pensionsavgifter &
övriga förmåner

SAMHÄLLE

Övriga sociala kostnader & skatter

VARULEVERANTÖRER & ÖVRIGA PARTNERS

Kostnader för produkter, material & tjänster

INVESTERAR & AKTIEÄGARE

Finansieringskostnader

EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENTGRUPP

Miljoner euro		2018	2017	2016	2015	2014
Skapande av mervärde						
Kunder	Försäljning, hyres- och serviceintäkter och övriga rörelseintäkter	1 026,2	1 060,3	1 177,5	1 435,8	1 606,0
Varuleverantörer och serviceproducenter	Köpta produkter och tjänster, inkl. investeringsnyttigheter och erlagda hyror	-756,9	-790,5	-864,9	-1 147,6	-1 320,4
MERVÄRDE PRODUCERAT AV STOCKMANN		269,3	269,8	312,6	288,3	285,6
Fördelning av mervärde						
Personal	Löner, arvoden och pensionskostnader	-188,6	-201,6	-233,0	-281,9	-315,5
Aktieägare	Dividender	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Finansierare	Finansieringskostnader	-35,3	-31,8	-23,9	-22,1	-23,8
Offentliga sektorn	Övriga socialavgifter, skatter	-37,6	-53,2	-50,1	-54,7	-37,0
UTDELAT TILL INTRESSENTGRUPPERNA TOTALT		-261,4	-286,7	-307,0	-358,7	-376,3
Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten		7,9	-16,9	5,6	-70,4	-90,7

Kvarvarande verksamheter.

Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland har rapporterats som avslutade verksamheter år 2018 och 2017, jämförelseåret 2016 har omräknats.

Varuhusaffärsverksamheten i Ryssland är rapporterad som avslutade verksamheter år 2016 och 2015, jämförelseåret 2014 har omräknats.



VÄLGÖRENHETSSAMARBETE

Som en del av sitt CSR kan Stockmann göra donationer till icke-vinstdrivande allmännyttiga organisationer som finansierar allmänbildning, kultur, forskning och andra samhällsprojekt i Stockmanns verksamhetsländer. Vägörehetsarbetet styrs av en donationspolicy som finns tillgänglig på koncernens webbplats. Dessutom kan Stockmanns affärsenheter även stöda ideella projekt för allmännyttiga organisationer, som en del av sina kommersiella kampanjer och aktiviteter.

STOCKMANN

- För att fira Finlands naturdag anordnade vi en avrundningskampanj under ett veckoslut tillsammans med WWF Finland och uppmanade våra kunder att samla in pengar till arbetet för att skydda Östersjön. Under kampanjhelgen gjorde kunderna i Stockmanns varuhus i Finland nästan 2 600 donationer. Dessutom fortsatte varuhuset i Riga sin välgörehetskampanj för att minska användningen av plastpåsar tillsammans med WWF Lettland och donerade medel till Östersjöskyddsarbetet.
- Vi donerade våra webbplatser, stockmann.com och stockmanngroup.com, till Röda Korsets hungerdagsinsamling.
- På FN:s internationella dag för flickor kampanjerade vi tillsammans med den humanitära organisationen Plan International Finland. Vi donerade under Galna Dagarna 1 euro till Plan för varje sålt Plan-märkt eget bammärkesplagg.

- Under julkampanjen uppfyllde vi tillsammans med våra kunder ungas julönskemål i mindre bemedlade familjer med 49 300 euro, levererade av Hope ry, en ideell organisation som stöder finländska familjer med begränsade medel. Dessutom deltog vi än en gång i en kampanj organiserad av Home Instead senior care, som uppmuntade kunder att köpa julblommor för ensamma äldre med begränsade medel.
- Vi organiserade för vår personal i Finland möjlighet att hjälpa familjer med begränsade medel genom att erbjuda frivilliga arbetsmöjligheter hos Hope ry.

LINDEX

- Lindex är en av Rosa Bandet-projektets huvudsamarbetspartners. Under kampanjen år 2018 samlade Lindex tillsammans med sina kunder 1 miljon euro för att stödja cancerforskning. Sedan 2003 har Lindex kampanjer samlat sammanlagt nästan 14 miljoner euro för kampanjen.
- Under den internationella kvinnodagen 2018 kampanjerade Lindex för ett större anseende för kvinnor inom textilbranschen och donerade en del av kvinnodagens inkomster till HERHealth-organisationen. En donation på 119 000 euro kommer att användas för att starta fler HerHealth-projekt i Lindex leverantörers fabriker.
- I Lindex avrundningskampanjer uppmuntaras kunder att runda upp sitt inköpspris till ett valbart belopp, och som donerades oavkortat till välgörehet. Genom år 2018



Plans Donata Pennanen visar Stockmann BOGI eget märkplagg som kom till försäljning på FN:s Internationella Dag för Flickbarn.



LÄS MER

www.stockmanngroup.com

års kampanjer har totalt 300 000 euro oavkortat skänkts till olika ändamål, bl.a. WaterAid.

- Lindex kampanjerade för att minska antalet plastpåsar tillsammans med andra svenska modehus med "One bag habit" kampanjen. Under år 2018 expanderade Lindex kampanjen och avgiftsbelagdheten av plastpåsar på alla egna marknader. Under

rapporteringsåret genererade Lindex butiker 594 000 euro för försäljning av påsar vilket donerades till exempel till att finansiera det gemensamma projektet med WaterAid för att öka tillgången till rent vatten, sanering och förbättrad hygien i Bangladesh. Projektet fokuserar på ett område där många av de textilarbetare som producerar kläder för Lindex lever.



FÖRVALTNING

Principer som styr verksamheten har beskrivits i början av översikten, i stycket ”Principer för CSR”.

ANMÄLNINGSMEKANISMER

Bolaget har i bruk en anmälningskanal (whistle-blowing channel) som upprätthålls av utomstående leverantör, och som personalen, samarbetspartners och andra intressenter kan använda för att anonymt rapportera om brott eller misstankar om brott mot koncernens verksamhetsprinciper eller andra instruktioner. Personalen har möjlighet att anmäla om sina misstankar även till sin förman, till enhetens säkerhetschef, till koncernens direktörer, avdelningen för lagärenden eller interna revisionen. Alla anmälningar tas allvarligt och de behandlas konfidentiellt. Awikelser rapporteras till interna revisionen och till direktören för juridiska ärenden. Under år 2018 rapporterades inga fall.

Alla anmälningar via anmälningskanalen tas allvarligt och behandlas konfidentiellt.

CSR-ORGANISATION

Stockmanns styrgrupp för CSR, som leds av Nora Malin, utvecklingsdirektör, ansvarar för ledning, 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. Stockmanns ledningsgrupp har godkänt CSR-strategin och CSR-styrgruppen följer upp förverkligandet av CSR-strategin.

I anslutning till målen och aktuella frågor inom CSR bildas vid behov separata arbetsgrupper som bereder eller genomför de frågor och beslut som styrgruppen behandlat. Stockmanns miljöledningsgrupp sammanträder regelbundet för att följa upp miljöledningsfrågor såsom krävs i ISO 14001-certifikatet.

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

Lindex ledningsgrupp svarar för hållbarhetsarbetets generella riktning och strategi på Lindex, i linje med strategin på koncernnivå. CSR-teamet har ett övergripande ansvar för utveckling av CSR på Lindex och teamet jobbar i nära samarbete med CSR-teamen lokaliserade



Vårt mål är att fortsätta utvärderingen av mänskliga rättigheter tillsammans med våra viktigaste intressenter.

på inköpskontoren. 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.

BEDÖMNING AV MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

Stockmann respekterar och främjar alla mänskliga rättigheter, såsom definierats i bolagets verksamhetsprinciper och kompletterande policy för mänskliga rättigheter. Största delen av koncernens egen personal arbetar i länder där risken för brott mot mänskliga rättigheter utvärderats vara liten enligt amfori BSCI:s riskklassificering för

länder. År 2018 fortsatte vi due diligence-projektet, där förverkligandet av mänskliga rättigheter i Lindex försäljnings- och franchiseländer utvärderas. Arbetet fortsätter år 2019. Vårt mål är att fortsätta utvärderingen av mänskliga rättigheter tillsammans med våra viktigaste intressenter. Leverantörernas mänskliga rättigheter behandlas i stycket ”Utvärdering av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden”.

ANTIKORRUPTION OCH KONKURRENSBEGRÄNSANDE BETEENDE

Stockmanns personal och ledning måste agera i bästa intresse för bolaget och på ett sätt som undviker intressekonflikter. Redan i många år har Stockmanns personal blivit instruerad om Stockmanns principer om mottagande av prover, gåvor, resekostnader eller andra penningförmåner, särskilt från leverantörer, ingår i reglerna om personalrabatter.

Stockmanns princip är en transparent och ansvarsfull verksamhet. Principerna om antikorrupcion och konkurrensbegränsande beteende ingår i Stockmanns uppförandekod och specificeras ytterligare i Stockmanns antikorrupcionspolicy. Bägge finns tillgängliga på koncernens webbplats.

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 amfori BSCI:s uppförandekod och Stockmanns uppförandekod för varuleverantörer, som implementeras 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 styrelsens revisionskommitté.

Stockmanns styrelse och ledningsgruppen utvärderar regelbundet vilka riskfaktorer affärsverksamheterna utsätts för och huruvida riskhanteringsåtgärderna är tillräckliga som en del av strategiprocessen. Riskhanteringen

stöds av interna kontrollsystem och riktlinjer. Riktlinjerna för riskhantering har utarbetats separat bl.a. för följande områden: ICT och informationssäkerhet, finansverksamhet, miljöfrågor, missbruk, säkerhet och försäkringar.

Affärsenheternas ledning ansvarar för att göra upp finans- och strategiplaner i sina enheter och för att analysera affärsrisker och bedöma åtgärder är en del av strategiplaneringen. Affärsriskerna analyseras även utanför strategiprocessen, särskilt i samband med betydande projekt och investeringar och rapporteras till styrelsen vid behov.

Oetisk affärspraxis av Stockmanns personal eller intressenter kunde förorsaka skada åt Stockmanns image samt eventuellt ha ekonomisk inverkan. År 2018 fanns inga eller informerades Stockmann inte om korruptionsrelaterade rättsfall mot koncernen.

Bolagets riskhantering, riskfaktorer och interna kontrollsystem förklaras i närmare detalj i årsrapporteringens förvaltningsöversikt 2018 som finns på adressen ar2018.stockmanngroup.com.

KOMMUNIKATION OCH UTBILDNING OM UPPFÖRANDEKODEN (COC)

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 e-utbildningen för uppförandekoden fortsatte. I slutet av år 2018 hade 59 % av Stockmanns anställda i Finland genomgått utbildningen. Av personalen i Stockmanns stödfunktioner och varuhusens ledningsgrupper hade 94 % genomgått utbildningen. Målet på lång sikt är att alla Stockmannanställda genomgått utbildningen.

Stockmanns verksamhetsprinciper, Lindex etiska principer, antikorruptionspolicyn och whistleblowing-kanalen kommer alla att ingå i en e-utbildning för Lindex personal.



LÄS MER

Bolagets riskhantering, riskfaktorer och den interna kontrollenssystem återges mer detaljerat i Förvaltning 2018 på adressen ar2018.stockmanngroup.com



GRI-INNEHÅLLSINDEX

Kod	GRI innehåll	Position	Tilläggsinformation eller information om utlämning
ALLMÄNNA STANDARDUPPLYSNINGAR			
102-1	Organisationens namn	47-50 GRI-index	Stockmann Oyj Abp
102-2	"De viktigaste varumärkena, produkterna och/eller tjänsterna"	3 Kort om Stockmann, 27-34 Produkter och leveranskedjan	Produkternas ursprung, produktionsförhållanden och hälsoinverkan är ämnen för offentlig diskussion. Frågor som har framförts av våra intressenter presenteras i det för frågan relevanta avsnittet i denna rapport. Exempelvis diskuteras material med animaliskt ursprung i koncernens produktlinjer http://www.stockmanngroup.com/en/product-guidelines
102-3	Huvudkontorets lokalisering	3 Kort om Stockmann	
102-4	Länder där organisationen har verksamhet	3 Kort om Stockmann, 27-34 Produkter och leveranskedjan, 47 GRI-innehållsindex nummer 102-6	
102-5	Ägarstruktur och bolagsform	Affärsrapporten "Vår År 2018", Ekonomisk översikt 2018	
102-6	Marknader	3 Kort om Stockmann	Stockmann Retail: Totalt åtta varuhus i Finland, Estland och Lettland. Stockmann har ingått ett licensavtal för bruk av Stockmann-varumärket i Ryssland fram till år 2023. AO Stockmann Reviva, ett dotterbolag till Reviva Holding Limited, har ansvarat för Stockmanns varuhusverksamhet i Ryssland sedan 1 februari 2016. Stockmann Real Estate: Totalt tre fastigheter i Finland, Estland och Lettland. Stockmann slutförde försäljningen av köpcentret Nevsky Center i januari 2019. Lindex: År 2018 hade Lindex 474 butiker. Egna butiker var belägna i tio länder i Europa: Sverige, Norge, Finland, Estland, Lettland, Litauen, Tjeckien, Slovakien, Polen, Storbritannien. 41 franchise butiker var belägna i åtta länder: Island, Bosnien-Hercegovina, Serbien, Kosovo, Albanien, Saudiarabien, Qatar och Tunisien.
102-7	Bolagets storlek	Affärsrapporten "Vår År 2018"	
102-8	Information om anställda och andra arbetstagare	18-26 Personal	
102-9	Leverantörskedja	27-34 Produkter och leveranskedjan	Leverantör- och fabrikslista: http://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista
102-10	Förändringar i organisationen och leverantörskedjan	Ekonomisk översikt / Styrelsens verksamhetsberättelse, 27-34 Produkter och leveranskedjan	I maj 2018 sålde Stockmann sin fastighet Bokhuset i centrum av Helsingfors. I oktober 2018 undertecknade Stockmann ett avtal om att sälja köpcentrumfastigheten Nevsky Centre i S:t Petersburg. Affären slutfördes i januari 2019.
102-11	Försiktighetsprincipen	Styrelsens verksamhetsberättelse, Förvaltningsöversikt	
102-12	"Externa initiativ som organisationen stödjer"	4-5 Principerna för CSR	
102-13	Medlemskap i organisationer och intresseorgan	stockmanngroup.com	Aktiviteter i organisationer: http://www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer
102-14	Uttalande av verkställande direktör	Affärsrapporten "Vår År 2018"	
102-16	Organisationens värderingar och principer	4-5 Principerna för CSR, 41-46 Ekonomi och förvaltning	Stockmann koncernens värden: http://www.stockmanngroup.com/sv/stockmannkoncernens-varden
102-18	Organisationens styrning och styrelse	Förvaltningsöversikt, 41-46 Ekonomi och Förvaltning	
102-40	Lista över intressentgrupper	12 Intressentengagemang	
102-41	Andel anställda med kollektivavtal	18-26 Personal	
102-42	"Princip för identifiering och urval av intressenter"	12 Intressentengagemang	
102-43	Intressentengagemang	12 Intressentengagemang	
102-44	Viktiga områden och frågor som har lyfts fram	12 Intressentengagemang och översikten i sin helhet	Viktiga områden och frågor som togs upp av våra intressenter och Stockmanns svar på dem presenteras i intressentengagemang avsnittet samt i respektive avsnitt i rapporten.



Kod	GRI innehåll	Position	Tillägsinformation eller information om utlämning
102-45	Princip för redovisning av dotterbolag	Ekonomisk översikt, Noter till koncernens bokslut	Alla årliga rapporter är tillgängliga på ar2018.stockmanngroup.com
102-46	Processer för definition av innehållet	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-47	Identifierade indikatorer	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-48	Förklaring till förändringar	47-50 GRI-innehållsindex	Förändringar redovisas vid relevanta indikatorer.
102-49	Väsentliga förändringar sedan föregående rapport / Väsentliga förändringar vad gäller avgränsning och omfattning	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	Inga väsentliga förändringar som gäller avgränsning och omfattning.
102-50	Redovisningsperiod	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-51	Datum för publicering av senaste redovisning	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-52	Redovisningscykeln	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
102-53	Kontaktpersoner för redovisningen	47-50 GRI-innehållsindex	csr@stockmann.com
102-54	I enlighet med GRI krav	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet, 47-50 GRI-innehållsindex	Denna redovisning har gjorts i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) Standards grundläggande nivå (Core).
102-55	GRI innehållsförteckning	47-50 GRI-innehållsindex	
102-56	Granskning och bestyrkande	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
Styrningsmodell			
103-1	Förklaring till väsentlighet	10-11 Rapporteringsprinciper och väsentlighet	
103-2	Styrning av de väsentliga aspekterna och deras påverkan	Översikten i sin helhet	Ett mer specifikt läge anges i GRI-innehållsindexet under det aktuella ämnet.
103-3	Uppföljning	47-50 GRI-innehållsindex	Utvärdering av ledningens tillvägagångssätt ingår i den kontinuerliga verksamheten. Utifrån utvärderingen görs förändringar i praxis som berör den dagliga ledningen samt en del av den årliga planeringen och den strategiska planeringen. Förändringar har gjorts i förvaltningsmetoder, till exempel i samband med organisatoriska förändringar, utifrån utvärderingen.
ÄMNESSPECIFIKT INNEHÅLL			
Specifika standarduppgifter rapporteras på basen av identifierade väsentliga aspekter			
Ekonomiska indikatorer			
201	Ekonomiska resultat	41-46 Ekonomi och Förvaltning	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning".
201-1	Skapat och levererat ekonomiskt mervärde	41-46 Ekonomi och Förvaltning	
204	Inköpsprinciper	27-34 Produkter och leveranskedjan	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
204-1	Andel av utgifterna till lokala leverantörer		Aspekten definieras väsentlig men indikator är inte lämplig. Ytterligare information om inköpspraxis finns i avsnittet "Produkter och leveranskedjan" och på koncernens nätsida med en lista på egna modemarkens leverantörer och fabriker http://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista
205	Affärsetik / Antikorruption	41-46 Ekonomi och Förvaltning	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning".
205-2	Kommunikation och utbildning för motverkan av korruption	41-46 Ekonomi och Förvaltning	
205-3	Antal bekräftade fall av korruption och vidtagna åtgärder	41-46 Ekonomi och Förvaltning	
206	Konkurrensbegränsande beteende	41-46 Ekonomi och Förvaltning	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning".
206-1	Totalt antal juridiska åtgärder gällande konkurrensbegränsande beteende, antitrust- och monopolverksamhet samt deras utfall	47-50 GRI-innehållsindex	År 2018 fanns det inga rättsliga åtgärder eller domar för brott mot konkurrensrättsliga regler, karteller eller missbruk av dominerande ställning.
Miljöpåverkan			
301	Material	27-34 Produkter och leveranskedjan	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
301-3	Materialanvändning per vikt eller volym	47-50 GRI-innehållsindex	Denna aspekt definieras som väsentlig, men den föreslagna indikator är inte lämplig. Information om uppfyllandet av producentansvar och om de återvinningsmöjligheter som erbjuds till kunder finns i avsnittet "Kunder" i kapitlet "Tjänster för att stödja en hållbar livsstil".



Kod	GRI innehåll	Position	Tillägsinformation eller information om utlämning
302	Energi	35–40 Miljö	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Miljö".
302-1	Energianvändning inom organisationen	35–40 Miljö	Siffrorna inkluderar energiförbrukning i ägda och hyrda fastigheter/lokaler.
302-2	Energianvändning utanför organisationen	35–40 Miljö	En begränsad mängd data samlas in på energiförbrukning utanför organisationen vid kod 305-3.
303	Vatten	47–50 GRI-innehållsindex, 35–40 Miljö, 27–34 Produkter och leveranskedjan, 13–17 Kunder	Aspekten är inte definierad som väsentlig. Vattenförbrukning i vår egen verksamhet Avloppsvatten beskrivs i avsnittet "Miljö" i kapitlet "Avloppsvatten och avfall". Avloppsvattnet från verksamheten leds till kommunala avloppssystem. Företaget har inga utsläpp i vattensystemet. Indirekt vattenförbrukning Vår leverantörskedjas vattenförbrukning förklaras i avsnittet "Produkter och leverantörskedjan" i kapitlet "Leverantörsutvärderingar med avseende på miljö". Indirekt inverkan inkluderar också vattenanvändning i användningsfas, exempelvis när kläderna tvättas i hemmet. Detta ämne diskuteras i avsnittet "Kunder" i kapitlet "Tips för att välja och vårda kläder".
303-1	Total vattenanvändning per källa	35–40 Miljö	Vatten återvinns eller återanvänds inte i verksamheten.
304	Biodiversitet	Rapporteras inte	Aspekten definieras inte väsentlig. 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.
305	Utsläpp	35–40 Miljö	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Miljö".
305-1	Direkta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 1)	35–40 Miljö	
305-2	Indirekta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 2)	35–40 Miljö	
305-3	Andra indirekta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 3)	35–40 Miljö	Scope 3 indirekta utsläpp presenteras där de är relevanta; dylika största utsläpp hänför sig till logistik och avfall.
306	Spillvatten och avfall	35–40 Miljö	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Miljö".
306-2	Total avfall, per typ och hanteringsmetod	35–40 Miljö	
Sociala effekter			
401	Sysselsättning	18–26 Personal	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
401-1	Totalt antal och andel av nyanställningar och personalomsättning	18–26 Personal	Information om fördelning enligt kön eller ålderskategori är inte tillgängligt för tillfället.
401-2	Förmåner som ges till heltidsanställd personal som inte omfattar visstidseller deltidsanställda	18–26 Personal	Förmåner som överskrider lagstadgad nivå har inte rapporterats i detalj. Praxisen varierar i de olika verksamhetsländerna.
402	Relationer mellan personal och ledning	18–26 Personal	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
402-1	Kortaste uppsägningstider avseende verksamhetsförändringar, inklusive om dessa anges i kollektivavtal	47–50 GRI-innehållsindex	Stockmann verkar i enlighet med de uppsägningstider som anges i lokal lagstiftning i samtliga verksamhetsländer. I Finland varierar uppsägningstiden mellan två veckor och sex månader, beroende på anställningsförhållandets längd. I Sverige är motsvarande period en vecka till flera månader, beroende på anställningsförhållandets längd och förändringarnas karaktär. De kortaste uppsägningstiderna med avseende på verksamhetsförändringar har inte fastställts i kollektivavtalen för detaljhandel.
403	Företagshälsovård och säkerhet i arbetet	18–26 Personal	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
403-1	Andel av medarbetare som tillhör till arbetskyddskommissionerna	18–26 Personal	
403-2	Typ av skada och skadefrekvens, arbetsrelaterade sjukdomar, förlorade dagar, frånvaro samt totalt antal arbetsrelaterade dödsolyckor	18–26 Personal	Information om fördelning enligt kön är inte tillgänglig för tillfället. Arbetsrelaterade sjukdomar och förlorade dagar rapporteras inte.
404	Utbildning och personalutveckling	18–26 Personal	
404-1	Utbildningstimmar per anställd	18–26 Personal	Information om fördelning enligt kön och personalkategori är inte tillgängligt för tillfället. Information om fördelning enligt personalkategori och andra verksamhetsländer är inte tillgänglig för tillfället.
404-2	Program för vidareutbildning och livslångt lärande	18–26 Personal	
404-3	Antalet av anställda som har regelbundet utvärderings- och karriärutvecklingssamtal	18–26 Personal	Information gällande kön eller anställningskategori är inte tillgängligt för tillfället.



Kod	GRI innehåll	Position	Tillägsinformation eller information om utlämning
405	Mångfald och jämställdhet	18-26 Personal	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
405-1	Sammansättning av styrelse, ledning och anställda	18-26 Personal	Jämförelsetalen är delvist otillräckliga. Information om minoritetsgrupper samlas inte in eftersom detta inte är tillåtet enligt finsk lagstiftning. Anställning enligt anställningskategori rapporteras ej. Målet är att inkludera det i rapporteringen i fortsättningen.
405-2	Förhållande mellan grundlön och ersättning för kvinnor i förhållande till män	18-26 Personal	Rapporteringen omfattar verksamheten i Finland.
406	Icke-diskriminering	18-26 Personal	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Personal".
406-1	Totalt antal diskrimineringsfall och korrigerande åtgärder som vidtagits	18-26 Personal	
407	Organisationsfrihet och kollektivavtal	18-26 Personal, 27-34 Produkter och leveranskedjan	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitten "Personal" och "Produkter och leveranskedjan".
407-1	Verksamhet och leverantörer som identifierats där rätten att utöva organisationsfriheten och rätten till kollektivavtal kan kränkas eller vara väsentligt hotad	27-34 Produkter och leveranskedjan	De flesta av Stockmannkoncernens egna medarbetare som arbetar i länder som har klassificerats av amfori BSCI som länder med låg risk gällande brott mot mänskliga rättigheter. Organisationsfrihet i leveranskedjan följs upp genom amfori BSCI revisioner samt genom våra egna revisioner.
412	Bedömning av mänskliga rättigheter	41-46 Ekonomi och Förvaltning, 27-34 Produkter och leveranskedjan	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Ekonomi och förvaltning" och "Produkter och leveranskedjan".
412-1	Antal av verksamheter som har varit föremål för granskningar av mänskliga rättigheter eller konsekvensbedömningar	41-46 Ekonomi och Förvaltning, 27-34 Produkter och leveranskedjan	
412-2	Personalens utbildning kring mänskliga rättigheter	41-46 Ekonomi och Förvaltning	
414	Bedömning av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsvillkor	27-34 Produkter och leveranskedjan	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
414-1	Nya leverantörer som bedömdes enligt kriterier angående socialt ansvar	27-34 Produkter och leveranskedjan	
414-2	Negativa sociala konsekvenser i leveranskedjan och åtgärder	27-34 Produkter och leveranskedjan	Resultaten av amfori-BSCI-revisioner
415	Politisk påverkan	-	Aspekten definieras inte väsentlig.
415-1	Politiska bidrag	47-50 GRI-innehållsindex	Stockmann stöder inte politiker, politiska partier eller dylika organisationer genom direkta eller indirekta politiska bidrag eller donationer.
416	Kundernas hälsa och säkerhet	27-34 Produkter och leveranskedjan	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Produkter och leveranskedjan".
416-2	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	27-34 Produkter och leveranskedjan, 47-50 GRI-innehållsindex	
417	Marknadskommunikation och produktinformation	13-17 Kunder	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Kunder".
417-3	Incidenter av bristande efterlevnad avseende marknadsföringskommunikation	47-50 GRI-innehållsindex	År 2018 fanns inga incidenter gällande icke överensstämmelse med lagstiftning eller frivilliga principer hos Stockmann. Marknadsövervakningsmyndigheten i Estland noterade att 6 av Lindex hygien- och kosmetiska produkter inte överensstämde med den nationella marknadsföringslagstiftning. Korrigerande åtgärder vidtogs omedelbart och produkterna godkändes senare för försäljning.
418	Kundens integritet	13-17 Kunder	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Kunder".
418-1	Det totala antalet motiverade klagomål gällande kundsekretess och förlust av kunddata	13-17 Kunder	
Alla standarder, version 2018			
	Kundbelåtenhet	13-17 Kunder	Aspekten är väsentligt för Stockmann, men är inte inkluderad i den befintliga GRI-standard. Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnittet "Kunder".
	Net promoter score (NPS), sannolikhet att rekommendera service	13-17 Kunder	