

A person wearing a dark coat is holding a small, light-colored bag. The image is overlaid with a teal color and large white text. The text 'CSR' is positioned above the large numbers '2019'. The brand name 'STOCKMANN' is at the bottom.

CSR

20
19

STOCKMANN

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.

Jari Latvanen
verkställande direktör

▶ Verkställande direktörens hela översikt finns tillgänglig i affärsrapporten "År 2019."



OM RAPPORTEN

Stockmanns årsrapportering består av fyra översikter: Affärsrapporten "År 2019", en **ekonomisk översikt**, en förvaltningsöversikt och **CSR**. CSR-översikten presenterar Stockmanns hållbarhetshuvudpunkter, prioriteringar, mål och framsteg i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) standarderna. Core nivå.

- 3 Kort om Stockmannkonsernen
- 4 CSR höjdpunkter 2019
- 5 Vårt tillvägagångssätt
- 9 Rapporterings principer och väsentlighet
- 10 Intressentengagemang
- 11 Inspiration för ansvarsfulla val
- 21 Hållbar shoppingmiljö
- 27 Ansvarsfull arbetsgemenskap
- 35 Hållbar verksamhet
- 40 GRI-index



TILL LÄSAREN

Under år 2019 gjorde vi beslutsamma framsteg inom våra hållbarhetsmål. Vi breddade varuhusens utbud med nya ansvarsfulla varumärken och produkter och ökade fortsättningvis användningen av hållbara material såsom organiskt bomull och lyocell i våra engla märkesprodukter. I framtiden kommer produkter tillverkade av LENZING™ ECO-VERO™-viskoserfiber såväl som Better Cotton även att synas Stockmanns egna märkesurval.

Vi började mäta hållbarhetsfrågor som en del av kundupplevelsen, och inledde välgörenhetsförmåner som en del av vårt förnyade stamkundsprogram. Energieffektiviteten ökade med över 10 % i våra verksamheter i Finland från år 2016 till år 2019, och vi fattade beslutet att använda förnybar vindenergi i distributionscentret från och med början av år 2020. Vi fortsatte våra ansträngningar att minska användningen av plast, t.ex. genom förändringar i förpackningen av produkter i nätbutiken. Samtidigt var året krävande för vår personal eftersom bolaget bytte till en ny verksamhetsstruktur, vilket också ledde till avslutandet av ett betydande antal tjänster.

Under våren tillkännagav Lindex sitt nya ansvarslofte om att göra en skillnad för framtida generationer. Förstärkande av kvinnors ställning, med respekt för planeten, samt säkrande av mänskliga rättigheter ligger i hjärtat av loftet. Med loftet lanserade Lindex även en ny uppförandekod som integrerar kön jämlikhet som ett grundkrav för textilproduktionen och alla sina affärspartnerskap.

I denna CSR-översikt presenterar vi våra mål, våra åtgärder och uppnådda mål mot en mer ansvarsfull affärsverksamhet och inspirerande kunder med hållbara val. Vi önskar dig en god läsnings, och vänligen sänd oss respons på adressen csr@stockmann.com.

Johanna Stenbäck
CSR Manager

KORT OM STOCKMANN-KONCERNEN

Stockmann, grundat år 1862, är ett finskt börsbolag inom detaljhandeln. Bolaget har över 43 000 aktieägare och antalet anställda är ca 6 900. Koncernen har två affärsenheter: Lindex och Stockmann. Bolaget har 8 varuhus, 464 modebutiker och 3 fastigheter i 19 länder. Bolagets huvudkontor är belägen i Helsingfors. Bolaget har fem inköpskontor i de viktiga produktionsländerna för sina egna märkesplagg: Bangladesh, Kina, Hong Kong, Indien, Myanmar och Turkiet.

Stockmann erbjuder högklassigt urval av varumärken, professionell kundservice och inspirerande och hållbara shopping upplevelser i sina varuhus, modebutiker och näthandel. Vår vision är att vara marknadsplatsen för det goda livet.

BUTIKER I 18 LÄNDER

LINDEX

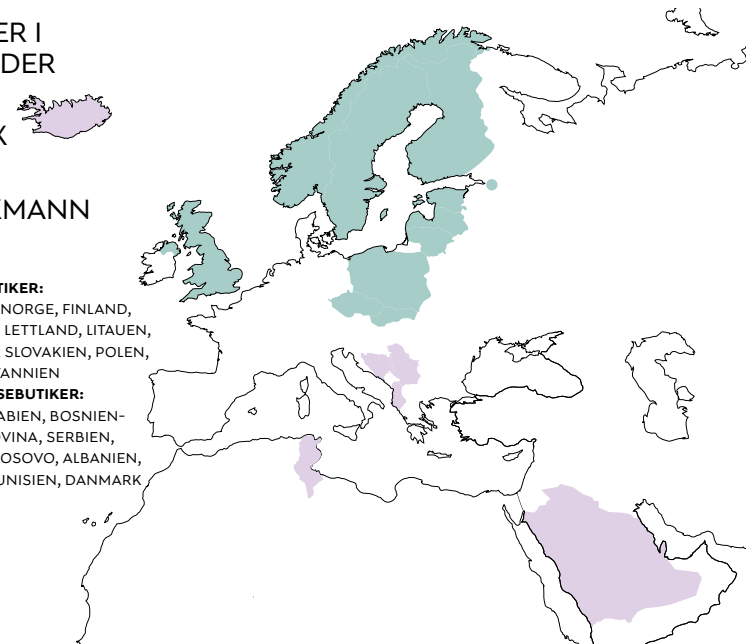
STOCKMANN

EGNA BUTIKER:

SVERIGE, NORGE, FINLAND, ESTLAND, LETTLAND, LITAUEN, TJECKIEN, SLOVAKIEN, POLEN, STORBRITANNIEN

FRANCHISEBUTIKER:

SAUDIARABIEN, BOSNIEN-HERCEGOVINA, SERBIEN, ISLAND, KOSOVO, ALBANIEN, QATAR, TUNISIEN, DANMARK



CSR HÖJD- PUNTER 2019

Stockmann gick med i Better Cotton-initiativet såsom Lindex



**LINDEX LANSEADE SIN NYA
UPPFÖRANDEKOD MED FOKUS
PÅ JÄMSTÄLLDHET**

Stockmann har åtagit sig att använda förnybar el i sitt distributionscenter från början av 2020 och nästan 60% av den el som används av Lindex är förnybar.



Stockmann lanserade sitt förnyade stamkundsprogram, *MyStockmann*, där välgörenhetsdonationer introduceras som en del av de inspirerande belöningarna.



**LINDEX LANSEADE
BOLAGETS HÅLL-
BARHETSLÖFTE
– FÖR FRAMTIDA
GENERATIONER**

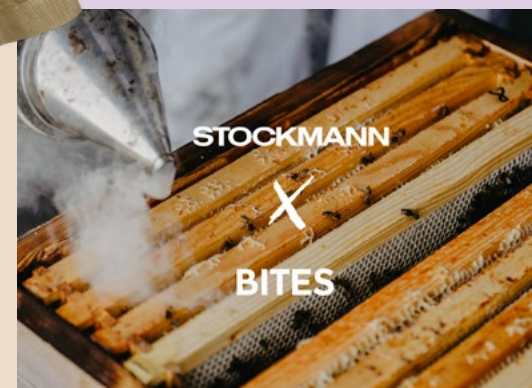
LÄS MERA

**I STOCKMANN'S ONLINE-
BUTIK ERSATTES SIGILL-
PÅSAR AV PLAST MED
SIGILL KLISTERMÄRKEN
FÖR ATT FÖRBÄTTRA
MATERIALEFFEKTIVITETEN
OCH MINSKA ANVÄND-
NINGEN AV PLAST.**



- 46 %** av Stockmanns egna märkesplagg och
- 65 %** av Lindex plagg är producerade av mer ansvarsfulla material.
- 98 %** av bomullen som används av Lindex och
- 73 %** av Stockmanns egna varumärkesplagg i trikå är gjorda av mer hållbart bomull

Vi placerade bikupor på varuhusets tak i Riga och producerade vår egen honung, som sedan såldes i varuhusets livsmedelsavdelning.





VÅRT TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Stockmannkoncernen är engagerad i ansvarsfulla verksamheter och vårt CSR-arbete täcker hela värdekedjan inom våra affärsverksamheter.

Stockmanns CSR strategi vägleds av koncernens vision, strategi, värderingar och CSR-löfte.

Hållbarhet är integrerat i vårt dagliga ledningssätt. Vårt CSR-löfte är att vi inspirerar och stöder våra kunder i att göra ansvarsfulla val och vi arbetar för en mer hållbar framtid.

Ansvaret börjar i leveranskedjan, från att säkerställa säkra arbetsförhållanden till att minimera miljöpåverkan. Vi erbjuder våra kunder ansvarsfulla shoppingupplevelser. Vi erbjuder våra kunder mer ansvarsfulla shoppingupplevelser. Vi arbetar målmedvetet för att öka andelen mer ansvarsfulla produkter i vårt urval och för att erbjuda tjänster som stöder en hållbar livsstil. I all vår verksamhet placerar vi kunden i centrum och garanterar säkerheten och kvaliteten på våra produkter. Vi ägnar uppmärksamhet åt anställdas välbefinnande och miljöaspekter och följer principerna för god företagsstyrning.

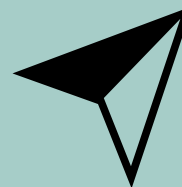
Vägledande i CSR-arbetet är Stockmanns strategi och värderingar, CSR-strategin, Stockmanns uppförandekod, nationella lagar och förordningar, samt internationella avtal och rekommendationer. Vårt praktiska arbete styrs även av många frivilliga överenskommelser och initiativ, samt andra principer, policyn och praxis, som t.ex. policyn för mänskliga rättigheter, antikorrupsionspolicyn, personalpolitiken 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.

STOCKMANNS VÄRDEN



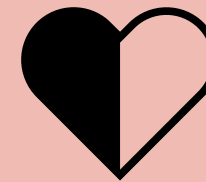
FOKUS PÅ KUNDEN

Jag förstår, inspirerar och löser.



AGERA MODIGT

Jag vågar, förnyar och beslutar.



VI SAMARBETAR

Jag bryr mig, deltar och uppnår.

VÄSENTLIGA ÖVERENSKOMMELSER

Stockmann har förbundit sig till flera internationella deklARATIONER och konventioner.

- 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. Stockmann kräver även att varuleverantörer och partners följer principerna i uppförandekoden, som täcker följande huvudpunkter:

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

Vidare vägledning i dessa kompletterande praxisar: Stockmanns antikorrupsionspolicy
Stockmanns policy för mänskliga rättigheter

FN:S GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBARHET



THE GLOBAL GOALS
For Sustainable Development

Vi har åtagit oss att stödja FN:s hållbara utvecklingsmål (SDG) i vår verksamhet. Av de 17 målen har vi identifierat sex mål som vår verksamhet bäst kan bidra till och som vi fokuserar våra ansträngningar 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. Dessutom strävar vi efter att öka användningen av mer hållbara material och processer i våra egna varumärkesurval.



ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Vårt bidrag inkluderar ansvar gentemot våra medarbetare och människor i våra leveranskedjor genom att tillhandahålla en rättvis arbetsmiljö och mot våra aktieägare i strävan efter en lönsam verksamhet.



BEKÄMPA KLIMATFÖRÄNDRINGEN

Vårt bidrag inkluderar att minska utsläppen, öka energieffektiviteten och utföra sortering och återvinning av avfall i vår egen verksamhet.



JÄMSTÄLLDHET

Vårt bidrag inkluderar aktivt främjande av jämställdhet i alla personalkategorier. Lindex strävar efter att stärka kvinnor och 2019 lanserades Lindex uppförandekod med fokus på jämställdhet. Under rapporteringsåret lanserade Lindex och WaterAid ett projekt för kvinnor och vatten i Myanmar och divisionen stöder kvinnliga bomullsodlare i samarbete med CottonConnect.



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 mer hållbar framtid.



RENT VATTEN OCH SANITET

Lindex har även identifierat att SDG 6, rent vatten och sanitet, är ett mål som verksamheten kan påverka mest på. Ett av huvudmålen i divisionens hållbarhetslöfte är att agera ansvarsfullt med vatten.



CSR-LÖFTE OCH STRATEGI

STOCKMANN'S CSR-STRATEGI 2019–2021

I Stockmanns CSR-strategi är de strategiska målen grupperade under fyra prioriteringsområden som skapar framtiden och strukturen för vårt ansvarsarbete. Nyckeltal som möjliggör uppföljning och utvärdering av vårt CSR-arbete har fastställts för varje område.

VISION //
MARKNADSPLATSEN
FÖR ETT GOTT LIV

INSPIRATION FÖR ANSVARS- FULLA VAL

- Vi inspirerar till ansvarsfull konsumtion och livsstil
- Vi erbjuder hållbara och tillförlitlig kvalitetsmode
- Vi främjar hållbarhet i våra leverantörskedjor

CSR PROMISE //
VI INSPIRERAR OCH STÖDER
VÅRA KUNDER ATT GÖRA
ANSVARSFULLA VAL.
VI ARBETAR FÖR EN
MER HÅLLBAR FRAMTID.

HÅLLBAR VERKSAMHET

- Vi är engagerade att följa principerna för god bolagsstyrning och vi agerar i enlighet med vår uppförandekod
- Vi skapar mervärde för våra intressenter
- Vår kommunikation är transparent och pålitligt och vi är en aktiv del av samhället

HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ

- Vi är engagerade i att minska användningen av förpackningsmaterial och deras miljöpåverkan
- Vi vidtar åtgärder för att minska vår klimatpåverkan
- Vi tillämpar ett cirkulärt tillvägagångssätt i vår verksamhet

ANSVARS- FULL ARBETS- GEMENSKAP

- Vi försäkrar en säker arbetsmiljö och ökar personalens välbefinnande
- Vi främjar jämställdhet och diversitet
- Vi stöder personalens professionella utveckling

GRUND // STOCKMANNS VÄRDERINGAR OCH UPPFÖRANDEKOD



LINDEX

Under år 2019 lanserade Lindex sitt nya hållbarhetslöfte - att göra skillnad för framtida generationer. Hållbarhetslöftet är väglett ifrån modemarkets vision - empower and inspire women everywhere. Med tre fokusområden syftar divisionen till att höja ribban i bolagets hållbarhetsarbete och engagemang för att stärka kvinnor.

1

STÄRKA KVINNOR

- Driva utvecklingen av rättvisa och jämställda arbetsplatser för kvinnor
- Förespråka inkluderande och kroppspositivitet
- Stötta en hållbar livsstil

2

RESPEKTERA VÅR PLANET

- Agera för klimatet
- Arbeta med ett cirkulärt förhållningssätt
- Agera ansvarsfullt med vatten

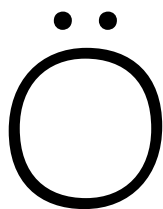
3

STÅ UPP FÖR MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

- Främja och skydda respekt för mänskliga rättigheter



RAPPORTERINGSPRINCIPER OCH VÄSENTLIGHET



Översikten omfattar Stockmann-koncernens egna verksamhet. Under rapporteringsåret införde Stockmannkoncernen en förenklad organisationsstruktur.

Från och med den 1.7.2019 kombineras Stockmann Retail och Real Estate affärsenheterna samt koncernens delade funktioner till en ny division, Stockmann. Koncernens rapporteringssegment är Lindex och Stockmann. I miljö-siffrorna ingår också information om varuhusens hyresgäster. Leveranskedjan behandlas i den omfattning som definieras i väsentlighetsanalysen. GRI-indikatorer har valts baserat på väsentlighet. Vårt mål är att rapportera relevanta indikatorer för de viktigaste verksamhetslänken, 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.

Stockmannskoncernens division Lindex publicerar även en egen hållbarhetsredovisning, med mer detaljerad information om bolagets hållbarhetsarbete, på lindex.com.

VÄSENTLIGHETS- BEDÖMNING

Vårt arbete fokuserar på de CSR-ämnen som är mest relevanta för vår verksamhet. Att bedöma väsentligheter är en pågående process. Som en del av vår senaste CSR-strategiprocess, genomförde vi en intressentundersökning. På basen av intressentundersökningen samt på basen av en fortgående intressentdialog och marknadsanalys, har vi definierat 22 väsentliga teman och indikatorer som fungerar som grund för vår rapportering.

LINDEX

I syfte att bedöma aspekter som är specifika för Lindex verksamhet utför bolaget en kontinuerlig väsentlighetsbedömning, för att få insikt från sina intressenter och komplettera koncernens väsentlighetsbedömning. Under 2017 genomfördes en utvärdering på Lindex, där representanter från de mest väsentliga intressentgrupperna deltog. Tillsammans med varumärkesundersökningens resultat, vägleder väsentlighetsanalysen Lindex hållbarhetsredovisning och kommunikation.

VÄSENTLIGHETSANALYS

STOCKMANNS STRATEGISKA PRIORITETER 2019-2021

INSPIRATION FÖR HÅLLBARA ALTERNATIV

VÄSENTLIGA ASPEKTER

ASPEKTGRÄNS

Kundbelåtenhet	Egen verksamhet
Marknadsföring och produktmärkning	
Kundintegritet	
Kundernas hälsa och säkerhet	Leveranskedjan för egna varumärken, produktsäkerhet och inköpsrutiner i egen verksamhet
Material	
Inköpsrutiner	
Bedömning av leverantörer för miljö- och sociala aspekter	

HÅLLBAR INKÖPSMILJÖ

Energi	Egen verksamhet
Utsläpp	Egen verksamhet och indirekta utsläpp för utvalda delar
Spillvatten och avfall	Egen verksamhet

ANSVARFULL ARBETS- GEMENSKAP

Sysselsättning	Egen verksamhet
Relationer mellan personal och ledning	
Organisationsfrihet och kollektivavtal	
Hälsa och säkerhet i arbetet	
Utbildning	
Mångfald och jämställdhet	
Icke-diskriminering	

HÅLLBARA AFFÄRS- METODER

Ekonomiska resultat	Egen verksamhet
Utvärdering av mänskliga rättigheter	Egen verksamhet
Antikorruptionsverksamhet	Egen verksamhet och leveranskedjan för egna varumärken
Konkurrensbegränsande beteende	Egen verksamhet



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.

INTRESSENTGRUPP	INTERAKTION	INTRESSENTERNAS VIKTIGASTE INTRESSEN OCH BEKYMMER ÅR 2019	SVARANDET PÅ INTRESSENTERNAS FÖRVÄNTNINGAR
KUNDER Kunderna är en särskilt viktig intressentgrupp och ett av våra värden är att fokus på kunden.	Dialog i varuhusen och modebutikerna, via kundservicecentret, e-post och social media, via kundpaneler och enkäter. Via marknadsföringskommunikation, evenemang och stamkundsprogram.	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.	Främjandet av hållbara produkter och tjänster och kommunikation om hållbarhetsarbetet, minskning av användningen av plast i t.ex. nätbutikens leveranser. Lindex fortsatte sitt arbete med lokala samhällen och tog steg för att stärka kvinnors ställning
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.	Personliga och grupp utvecklingssamtal (PDD), personalenkäter, koncernnämnden och personalnämnden, evenemang, workshops och intranät.	Arbetshälsa och välbefinnande på arbetet, arbetsmängden, planering av arbetsskift, jämställdhet, miljöfrågor i varuhusen, ansvarssfulla material i produkter och certifikat.	Engagemang av personalen i utarbetandet av mission och värden, introduktion av #stockmannstaff-evenemang och -barometern, introduktion av Stidea för idéer och Teams som nytt kommunikationsverktyg, avståendet av engångskärl i personallokaler.
AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE Långvariga relationer är en av nycklarna till vårt hållbarhetsarbete och vår kontinuerliga förbättring av produktionen. Alla leverantörer förväntas följa Stockmanns uppförandekod.	Börsmeddelanden, finansiella rapporter, årsredovisning, koncernens webbplats, webcasts, möten med investerare och bolagsstämman.	Ekonomisk utveckling, genomförandet av strategi, aktiekursutveckling, CSR-prestation samt tillfredsställelse av kunder och medarbetare.	Svarandet och rapportering till Carbon Disclosure Project (CDP) och flera hållbarhets- och ESG-betyg
VARU- OCH SERVICE-LEVERANTÖRER Long relationships are key to our sustainability work and continuous improvement in production. Alla leverantörer förväntas följa Stockmanns uppförandekod.	Möten, förhandlingar, workshops, projekt, besök, inspektioner, webbplats, enkäter, och via Stockmanns årliga leverantördag.	Genomförandet av strategi, urval, CSR-prestation och initiativ.	Kommunikation om leverantörernas hållbarhetsarbete. Lindex lanserade en ny uppförandekod som integrerar jämställdhet som ett grundläggande krav för textilproduktion och alla dess affärspartnerskap.
MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER Vi samarbetar och för en dialog med myndigheter och organisationer för att utveckla vår affärsverksamhet.	Via nätverk, medlemskap, samarbetsprojekt, välgörenhetsarbete, webbplats och årsredovisning.	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.	Dialog med till exempel icke-statliga organisationer genom till exempel kampanjer såsom #ykkösketjuun och ranka en varumärke (Rätkkää brändi), genom att svara på undersökningar, intervjuer och föreläsningar med studenter.

INSPIRATION FÖR ANSVARS- FULLA VAL

Vårt mål är att vara en inspirationskälla för ansvarsfull konsumtion och livsstil. Vi erbjuder ansvarsfullt och långvarigt kvalitetsmode och vi respekterar och lyssnar på våra kunder och gör varje kundmöte speciell. Vi marknadsför hållbara varumärken och tillhandahåller tjänster för att stödja en mer ansvarsfull livsstil. Vi främjar hållbara leveranskedjor och fokuserar på våra leveranskedjers ansvar, transparens och spårbarhet.



Vi fokuserar på att tillhandahålla en förstklassig service som överträffar våra kunders förväntningar. Vi erbjuder regelbunden utbildning för vår personal och genomför kundundersökningar. Feedback från kunder och andra intressenter ger oss värdefull information som styr utvecklingen av vår verksamhet. Kundåterkoppling används för att förbättra kundservicen och försäljningen, i den dagliga ledningen av personal, för att utveckla färdigheter, ersättning och engagemang och i utformningen av utbildningsprogram.

KUNDBELÅTENHET

Stockmann och Lindex använder sina egna separata kundresponsskanaler. Båda affärsenheterna följer med utvecklingen av kundbelåtenhet och varumärkesbilden.

STOCKMANN

- All feedback som mottagits via kundservice och andra feedback-kanaler samlas in och analyseras.
- Stockmann har ett kundservicenter som ansvarar för att hantera feedback över telefon, via e-post och social media. År 2019, hanterade centret cirka 195 000 fall och kundnöjdheten var 65 %.
- 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. År 2019 var NPS i varuhuset i Finland 51 (51).

INSPIRATION FÖR ANSVARSFULLA VAL

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING & AKTIVITETER	STATUS
Vi är en inspirationskälla för ansvarsfull konsumtion och livsstil	Net Promoter Score (NPS) för varuhuset i Finland: målet 70 innan utgången av år 2021 (skala -100-+100) Ansvarsfrågor i varuhusens efterförsäljningsundersökning: målet 4, innan utgången av år 2021 (skala 1.5)	Vi främjar aktivt hållbara produkter och ansvarsfulla tjänster i vår kommunikation och i varuhuset. Vårt NPS i varuhuset i Finland var 51 (51). Vi inledde mätning av hållbarhetsfrågor som en del av kundupplevelsen. Varuhuset i Finland uppnådde poängen 3.3 för ansvarsfullhet och Lettland 4.2.	● Pågående
Vi erbjuder ansvarsfullt och kvalitativt mode med lång livslängd	Andelen mer ansvarsfullt material inom de egna klädmärkena: målet 50 % av alla produkter och 80 % av alla trikåplagg innan utgången av år 2021	Vi ökade andelen av hållbara produkter i vårt urval och introducerade nya varumärken. 46 % av Stockmanns egna klädmärken var tillverkade av mer hållbart material, medan 73 % av de egna trikåmärkena var tillverkade av mer hållbart bomull.	● Pågående
Vi främjar ansvarsfulla leveranskedjor	Mål: 100 % av de egna märkenas leverantörfabriker i högriskländer har en giltig auditering innan utgången av år 2021	100 % av mode och de egna varumärkesleverantörerna har undertecknat Stockmanns varumärkesuppförandekod, amfori code of conduct, eller liknande.	● Pågående

- Stockmann mäter också hållbarhetsuppfattningen som en del av kundupplevelsen. År 2019 fick varuhuset i Finland resultatet 3,3 och i Lettland fick man resultatet 4,2. Skalan är från 1-5.
- Teman som fått mest respons under året var bl.a. Galna Dagar-kampanjen, nätbutiken och dess logistik, det förnyade stamkundsprogrammet samt kundservicen överlag.

LINDEX

- Kundrespons och feedback samlas in i nio av verksamhetsländerna 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.

TJÄNSTER FÖR ATT STÖDJA EN ANSVARSFULL LIVSSTIL



Vår mål är att inspirera och stöda våra kunder i att göra ansvarsfulla val. Vi erbjuder våra kunder tjänster som stöder detta mål.

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, sömnad- och interiörtjänster för att möjliggöra skräddarsydda tjänster.
- Stockmann varuhuset i Finland och varuhuset i Estland samarbetar med Emmy, en second-hand nätbutik för begagnade märkeskläder. Tjänsten möjliggör att våra kunder kan hämta kläder till återanvändning till varuhuset och försäljningsinkomsterna kan laddas på Stockmann-presentkort.
- I Finland kan kunderna lämna tillbaka begagnade elektriska apparater, batterier, lysrör, energisparlampor och nagellacksbur-

kar till Stockmannvaruhuset. Elapparater och batterier kan även återlämnas till varuhuset i Tallinn och Riga.

- Stockmann ordnar årligen olika återvinningskampanjer tillsammans med varuleverantörerna. Varuhuset i Baltikum har samarbetat i ett cirkularitetsprojekt med den estniska designern Reet Aus. Kunderna har uppmuntrats att hämta begagnade denimvaror till varuhuset i syfte att återanvända materialet för nya kläder. Designerns uppcyklade klädkollektion har också varit till salu i varuhuset.

LINDEX

- På sin webbplats och i butikerna ger Lindex information om att hur man gör medvetna val. Informationen innehåller tips om hur man tar hand om kläder i syfte att förlänga plaggets livslängd och minska miljöpåverkan.
- Lindex kunder kan lämna in begagnade textilier och kläder för återvinning och återanvändning till alla butiker i Sverige, Norge och Finland. Under rapporteringsåret piloterades också insamlingen i Baltikum. År 2019 samlade Lindex sammanlagt in 155 (166) ton textilier för återanvändning och återvinning. Textilinsamlingen är organiserad i samarbete med partners, som sorterar de insamlade textilierna och styr dem till återanvändning, t.ex. via second-hand butiker. Textilier av lägre kvalitet återvinns till isolering eller industriella tyger. Endast cirka 2 % av den insamlade textilmaterialet kan inte återanvändas eller återvinnas och förbränns istället.

Vårt mål är att vara en inspirationskälla för ansvarsfull konsumtion och livsstil.



MARKNADSKOMMUNIKATION OCH PRODUKTINFORMATION



Stockmann respekterar konsumentens rättigheter och bedriver sin 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 strategin.

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 marknads-



föringsregler. Dessutom ger RO information, vägledning och utbildning om etisk marknadsföring. Det fanns inga incidenter gällande icke överensstämmelse med lagstiftning eller frivilliga principer under år 2019 hos Stockmann eller Lindex.

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. Ursprungs-



landet är också märkt i alla klädesplagg som säljs av Lindex.

STOCKMANN

- Stockmann använder sig av Sustainable DESIGN-etiketten för att kommunicera och erbjuda information om produkter som vi anser vara mer ekologiska, som t.ex. är gjorda av better cotton eller ekologisk bomull, lyocell eller återvunnen polyester.
- Design From Finland-etiketten berättar att produkten är designad i Finland vid Stockmanns egen designstudio.
- Dessutom finns det allt fler internationella och inhemska varumärken i Stockmannvaruhusens breda produktsortiment som ger ytterligare information om produktens hållbarhetsaspekter.

LINDEX

- Lindex kommunicerar vilka plagg som är mer hållbara genom Sustainable Choice-etiketter. Etiketterna förklarar också på vilket sätt ett plagg anses vara ett mer hållbart val och om det finns några certifikat kopplade till produkten. Samma information är också tillgängligt i Lindex webbutik.
- Premium Quality-etiketten står för material av hög kvalitet som t.ex. ylle, silke eller läder.



- Etiketten Even better denim belyser om de nya produktionsmetoderna som tagits i bruk för denimplagg för att spara vatten och energi samt minskad användning av kemikalier.
- Alla av de insydda etiketterna i plaggen är gjorda av återvunnen satintejp.

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



obligatorisk för alla medarbetare och ingår i personalintroduktionen.

Stockmannkoncernen har två stamkundprogram: Stockmanns stamkundsprogram MyStockmann med ca 1,2 miljoner aktiva kunder och More at Lindex-stamkundsprogrammet med över 4,1 miljoner medlemmar. 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 en begränsad incident avseende kundernas integritet hos Stockmann i Estland. Stockmann har anmält incidenten till den lokala dataskyddsmyndigheten i Estland som beslöt att inget officiellt förfarande krävdes. Hos Lindex inträffade det tre begränsade incidenter avseende kundernas integritet. En av incidenterna anmälde Lindex till den lokala myndigheten, som beslöt att inget officiellt förfarande krävdes. Stockmanns mål är noll incidenter gällande kränkande av kundintegritet.

HÅLLBART PRODUKTURVAL

Stockmannkoncernen varuhus och modebutiker erbjuder ett omfattande urval av produkter som måste uppfylla de krav på kvalitet, miljö, och produktsäkerhet som ställs för dem vid varje tidpunkt.

Produkturvalet i Stockmannvaruhusen och Lindex modebutiker erbjuder kunderna möjligheter att göra säkra och 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 hållbarhetsaspekterna av produkter inom sina ansvarsområden. Olika märkningar gällande miljöaspekter, hållbarhet och ursprung finns att tillgå på Stockmanns intranät.

Vi garanterar kvaliteten och säkerheten i alla våra produkter.



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 lagstiftningen. Produkterna testas regelbundet av tillverkarna och importörerna och 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. I Finland, 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 2019 förekom det inga offentliga produktåterkallelser av egna varumärkesprodukter eller egen import hos Stockmann. Vid Lindex inträffade en incident av bristande efterlevnad av regler som resulterade i en varning. Ett nagellackbortagningsmedel befanns inte överensstämma med kemikalie-

lagstiftningen i Norge. Produkten innehöll ett ämne som klassificeras som narkotika i Norge och är förbjudet att användas i konsumentprodukter. Åtgärder vidtogs omedelbart och produkten drogs tillbaka från försäljningen på alla marknader. Korrigerande åtgärder har vidtagits för att förbättra leverantörens rutiner för att undvika sådana incidenter i framtiden. Dessutom ledde en incident av bristande efterlevnad av frivilliga koder till att Lindex drog tillbaka och återkallade ett armband. Armbandet hade testats och godkänts enligt den europeiska leksaksäkerhetsstandarden EN71, men ändå upptäcktes det att metallkomponenten i armbandet inte var korrekt skyddad. Återkallandet gjordes i samarbete med konsumentmyndigheterna. Korrigerande åtgärder har



vidtagits för att öka säkerhetsmedvetenheten i produktionen och för att öka den slutliga kontrollen i produktionen för att säkerställa produkternas kvalitet.

MATERIAL



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

STOCKMANN

- År 2018 var 46 % (30) av Stockmanns egna märkesplagg tillverkade av ansvarsfulla material medan redan 73 % (65) av Stockmanns egna märkens trikooplagg var gjorda av hållbar bomull.
- År 2019 ökade Stockmann portföljen av mer hållbara råmaterial till att inkludera Better bomull (BCI) och LENZING™ ECOVERO™ viskosfiber.
- I Casa Stockmann-kollektionen har vi en kollektion av sängkläder helt gjord av GOTS-certifierad bomull.

LINDEX

- 65 % (55) av Lindex-plagg tillverkades av Sustainable Choice-material och cirka 98 % (96) av bomullen tillverkades mer hållbart. Totalt tillverkades 38 (33) miljoner plagg från hållbara material. Ett av Lindex ambitiösa hållbarhetsmål är att 100 % av de använda materialen är återvunnen eller mer hållbart tillverkade fram till år 2025.
- 100 % av Lindex kollektion för nyfödda är GOTS-certifierat och 100 % av Lindex denim-produkter är "Better Denim".

Hos Lindex
tillverkades ca
98%
av bomullen
mer hållbart.

- Under rapporteringsåret har Lindex fortsatt att arbeta med och investera i att införa ett mer omfattande urval av hållbara fibrer, såsom eco-viskos och återvunnen polyamid och polyester.

ANVÄNDNINGEN AV KEMIKALIER

Vid tillverkning av kläder används kemikalier t. ex. vid färgning, tryck och tvätt. Stockmannkoncernen uppfyller kraven för REACH och vi arbetar aktivt med att begränsa användningen av skadliga kemikalier i alla våra produkter. Som en del i koncernens arbete med att minska användningen av farliga kemikalier har användningen av perfluorerade föreningar (PFC) förbjudits sedan år 2014. Förbudet inverkar på alla ytterkläder i Stockmanns och Lindex sortiment, som nu behandlas med skyddsämnet Bionic-finish@ECO istället. Dessutom har Lindex antagit ett frivilligt förbud



Vi främjar
transparens och
mer hållbara
kemikalier

mot att avveckla användningen av cykliska siloxaner och PFAS i kosmetiska produkter.

Lindex har antagit en kemikaliestrategi och enligt detta är målet att bolaget år 2025 har tagit bort frisläppandet av alla farliga och giftiga ämnen från dess leveranskedja och transparent och mer hållbar användning av kemikalier främjas. Under 2019 publicerade Lindex en lista över kemikalier (MRSL) som inte är tillåtna vid något skede i tillverkningen av bolagets produkter. Med MRSL kan Lindex eliminera skadliga kemikalier från leveranskedjans början, så att de inte kommer in i produktionscykeln alls. Under rapporteringsåret började företaget också kartlägga leverantörernas kemikalielager.

HÅLLBAR HANTERING AV LEVERANTÖRSKEDJAN

Ansvarsfulla, transparenta och spårbara leveranskedjor är ett av fokusområdena i Stockmanns hållbara hantering av leveranskedjor. Vår rapportering om leveranskedjan baserar sig på riskbedömning och påverkningsmöjligheter. Vi fokuserar särskilt på ansvaret och utvecklingen av Stockmannkoncernens egna varumärkens leveranskedjor, som vi har den bästa möjliga möjligheten att påverka.

INKÖSPRAXIS



Our stakeholders are showing inköpsrutiner, tillverkningsländer, vår uppförandekod för varuleverantörer samt mänskliga rättigheter såsom skälig lön organisationsfrihet och bedömningar av spårbarhet.

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 designade 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 kontraktssleverantörer. 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 uppför-

andekoden och kontinuerlig förbättring. Vårt mål är ett långsiktigt samarbete med leverantören.

ETT NÄRA SAMARBETE MED LEVERANTÖRER

Stockmannkoncernen har 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 117 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 92 % av Lindex produkter köps via våra inköpskontor. Cirka hälften av Stockmanns egna varumärkestillverkare var direkta leverantörer och hälften kom via våra inköpskontor.

Våra lokala CSR-specialisters uppgift är 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



STOCKMANNS EGNA VARUMÄRKEN



FÖR KVINNOR

cut & pret, cut & pret PLUS, A+more, Global Essentials, NOOM, NOOM Loungewear, Stockmann Silk



FÖR MÄN

Construe, Construe Accessories, Bodyguard, Cap Horn, Stockmann 1862



FÖR BARN

Bogi, Cube Co.



FÖR HEMMET

Casa Stockmann, Villa Stockmann

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

Uppförandekoden för varuleverantörer och Lindex uppförandekod är grunden till koncernens inköpspraxis. Alla leverantörer måste förbinda sig vid Stockmanns uppförandekod för varuleverantörer, Lindex uppförandekod eller amfori BSCI:s uppförandekod kompletterat med Stockmanns egna riktlinjer som görs på basis av iakttagna människorätts- och andra risker. Dessa är bl.a. förbud mot sandblästring av jeans samt krav för att respektera djurens rättigheter, 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.

REVISIONER AV SOCIALT ANSVAR

STOCKMANN

Stockmann har varit 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. Stockmann kommunicerar aktivt om amfori BSCI-uppförandekoden till sina 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 egna märkesprodukter tillverkas, granskas regelbundet genom egna revisioner som utförs av våra egna lokala medarbetare samt genom amfori BSCI, SEDEX och SA8000 revisioner som utförs av tredje part.

LINDEX

rättvisa och jämställda arbetsplatser för kvinnor. Lindex utvecklade den nya koden som baserar sig på ETI Base Code by Ethical Trading Initiative, men har ett ökat fokus på jämställdhet och särskilt för situationen för kvinnor i fabriker. Alla Lindex affärspartner är skyldiga att följa uppförandekoden. Den nya koden kommer att implementeras i Lindex hela värdekedja fram till år 2021. Med lanseringen av Lindex uppförandekod lämnade modeföretaget amfori BSCI i slutet av 2019. Fabriker som används av Lindex granskas regelbundet med både interna och tredje parts revisioner. Parallellt med revisioner utvecklar Lindex självutvärdering där de utbildar leverantörerna att utvärdera sig själva och rapportera om sitt arbete till bolaget. Med självutvärdering syftar Lindex till att leverantören även på eget initiativ vill utveckla sina färdigheter för att förbättra de

sociala förhållandena utan konstant externt tryck.

REVISIONER OCH FYND

Efter varje revision, utarbetas en revisionsrapport och en korrigerande handlingsplan för att korrigera de upptäckta bristerna. I handlingsplanen är varje uppgift planerad och övervakning genomförs. Amfori BSCI-revisionerna genomförs av internationellt ackrediterade, oberoende revisorer. De viktigaste slutsatserna i revisionerna var bristfälligheter i kraven på arbetstid eller i tillgången till en ledig dag i veckan, samt problem med hälso- och säkerhetsaspekter, ledningssystemet och rättvis ersättning.

ANTAL AUDITERINGAR

	2019	2018	2017
amfori BSCI	115	257	88
internal	62	66	119
SA8000-certificat	8	3	13
Accordinspektioner	88	145	221

AMFORI BSCI-REVISIONER

Score	2019	2018	2017
A = Utmärkt	8	8 %	5 %
B = God	15	9 %	11 %
C = Acceptabel	67	70 %	60 %
D = Otillräcklig	10	13 %	24 %
E = Oacceptabel	0	0	0
Antal auditeringar	115	252	88

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 våren 2018 och Stockmann har åtagit sig Accords övergångsavtal som syftar till att slutföra reparationer av fabriker 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. Vid slutet av år 2019 var 91 % av de korrigeringar som krävdes enligt kontraktet för alla fabriker i Accord och för 96 % av de fabriker som används av Stockmannkoncernen gjorda.

ACCORD-RÄTTELSESNAS PRESTATIONSPROCENT

	2019	2018	2017
Stockmannkoncernen	96 %	93 %	89 %
Accord i medeltal	91 %	89 %	82 %

DE FRÄMSTA
PRODUKTIONSLÄNDERNA

STOCKMANNNS EGNA MODEMÄRKEN

Kina	54 %
Bangladesh	13 %
Indien	11 %
EU-länder (låg-riskländer)	10 %
Turkiet	4 %

TOPS antal: 92 %

STOCKMANNNS EGNA HEM-VARUMÄRKEN

EU-länder (låg-riskländer)	40 %
Kina	23 %
Indien	16 %
Pakistan	12 %
Turkiet	4 %

TOPS antal: 99,5 %

LINDEKX PRODUKTER

Bangladesh	48 %
Kina	19 %
Myanmar	11 %
Indien	6 %
Turkiet	6 %

TOPS antal: 88 %

Kalkylerat baserat på inköp i euro.

LÄS MER
www.stockmanngroup.com
www.lindex.com

Leverantörs- och fabrikslistan publiceras på Stockmann och Lindex webbplats.

TILLVERKNINGSLÄNDER
OCH FABRIKSLISTOR

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

STOCKMANN

- Stockmanns egna modevarumärken köptes från cirka 90 (99) leverantörer och de tillverkades i cirka 131 (142) fabriker. Ungefär 58 % av fabrikerna var så kallade direktleverantörer och 42 % förvärvades via våra inköpskontor.
- Stockmanns egna hemområdets märkesvaror köptes från 61 (57) leverantörer och de tillverkades i 69 (54) fabriker. Majoriteten, 94 % av fabrikerna var så kallade direktleverantörer.

LINDEKX

- Lindex hade cirka 119 (127) leverantörer som anförlitade 174 (202) fabriker.
- Lindex har 30 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.



Att stärka kvinnor är ett av fokusområdena i Lindex hållbarhetslöfte.

- Förutom att Lindex publicerar det första ledet, dvs. fabrikerna som syr kläder, publicerar bolaget i sin leverantörs- och fabrikslista även det andra ledets fabriker som står för tryck, broderi och tvätt av kläder.

STÄRKA KVINNOR
I LEVERANSKEDJAN

Att stärka kvinnor är ett av fokusområdena i Lindex hållbarhetslöfte. Bolaget arbetar tillsammans med sina affärspartners för att uppnå jämställdhet och stärka kvinnliga textilarbetsställen. År 2019 lanserade Lindex sin nya uppförandekod med fokus på jämställdhet.

Som en del av Lindex hållbarhetsarbete deltar bolaget i olika initiativ för att stärka kvinnornas ställning i tillverkningsländerna. Under 2019 fortsatte Lindex att stärka kvinnor och utbilda leverantörers fabriksledning om jämställdhet genom Lindex WE Women-projekt i Bangladesh, Myanmar och Indien. Lindex finansierar också Women in Cotton-projektet i samarbete med Cotton Connect. Projektet syftar till att stärka 350 kvinnliga bomullsarbetare i deras syfte att arbeta med ekologiskt jordbruk och förbättra deras livsförhållanden. Mer information om initiativ och partnerskap finns tillgängligt på Lindex webbplats.

LÄS MER
lindex.com/sustainability

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 uppförandekoderna och vi arbetar aktivt för att säkerställa att koderna efterföljs. Dessutom, granskar vi möjligheten att bättre integrera mänskliga rättigheter och barns rättigheter i våra bedömningar. Stockmannkoncernen har fastställt principer för mänskliga rättigheter, principerna är godkända av bolagets styrelse. 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.



LÄS MER

www.stockmanngroup.com



BEDÖMNING AV LEVERAN- TÖRER FÖR MILJÖFRÅGOR



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

så effektiva som möjligt.

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

Att vara ett vattenansvarigt företag är ett av huvudmålen i Lindex hållbarhetslöfte. Lindex vill vara ett vattneffektivt bolag genom hela sin värdekedja, minska risken för vattenbrist i områden som är anslutna till dess verksamhet och tillsammans med sin affärspartners förbättra tillgången till vatten och sanitet i fabriker och närliggande samhällen. På produktnivå minskas vattenbelastningen genom att valet av

mer hållbara material, som Better Cotton och ekologiskt bomull. Materialen produceras med mer hållbara odlingsmetoder, där även användning av mindre vatten är en betydande tillvägagångssätt. Framför allt minskas vattenanvändningen, genom att man ersätter den traditionella bomullen med återvunnen bomull. Vattenbelastningen minskas också med att man använder sig av mer hållbara processer för tvätt, tryckning, färgning. Förutom att arbeta på produktnivå arbetar Lindex också med vattenhantering på fabriksnivå. Vi värderar våra leverantörer på basen av deras vattenförbrukning och hur mycket spillvatten som blir till under tillverkningen.

För att öka medvetenheten och utbilda våra leverantörer om ansvarsfull vattenhantering och renare produktion har vi arbetat i samarbetsprojekt som PaCT (Partnership for Cleaner Textile) och STWI (Sweden Textile Water Initiative). Dessa projekt har resulterat i mer hållbara vattenhanteringssystem i fabriker. Lindex är också en långvarig partner av WaterAid och stöder deras arbete för att förbättra tillgången till säkert vatten, förbättrad hygien och sanitet i världens fattigaste samhällen. Mer information finns tillgängligt på Lindex webbplats.

Vi arbetar för en
mer ansvarsfull
användning av
vatten.



LÄS MER

www.lindex.com



HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ

Vi minskar miljöpåverkan från vår affärsverksamhet och agerar i enlighet med hållbar utveckling. I vår dagliga verksamhet vidtar vi åtgärder för att mildra vår klimatpåverkan och tillämpar ett cirkulärt tillvägagångssätt. Vi strävar efter att minimera miljöavtrycket för våra förpackningsmaterial och införa mer materialeffektiva alternativ.



Stockmann följer gällande miljölagstiftning och vi kräver samma sak av våra partners. Vårt miljöarbete baserar sig på CSR-strategin. Miljöansvarsledningen är en del av vår dagliga verksamhet och arbetet koordineras av Kommunikation och CSR-avdelningen. Vi ställer 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.

Handlingsmetoderna och -riktlinjerna för Stockmanns miljöledningssystem tillämpas även vid Stockmanns varuhus i Baltien. Stockmann beaktar miljöaspekter vid planeringen och ledningen av verksamheten samt vid anskaffningen av produkter och tjänster för eget bruk. Stockmann förutsätter att serviceleverantörerna åtar sig till att följa bolagets uppförandekod och verksamhetsprinciper, och miljöfrågor och mål diskuteras regelbundet under samarbetet. Våra serviceleverantörer har en betydande roll i vår strävan för att uppnå miljömålen.

Lindex har inte ett certifierat miljöledningssystem i användning, men företaget har interna miljöriktlinjer, t.ex. energieffektivitetskoncept i bruk.

Koncernens inköpskontor verkar nära produktionsanläggningar och kontoren har gjort ansträngningar för att utvärdera och

HÅLLBAR SHOPPINGMILJÖ

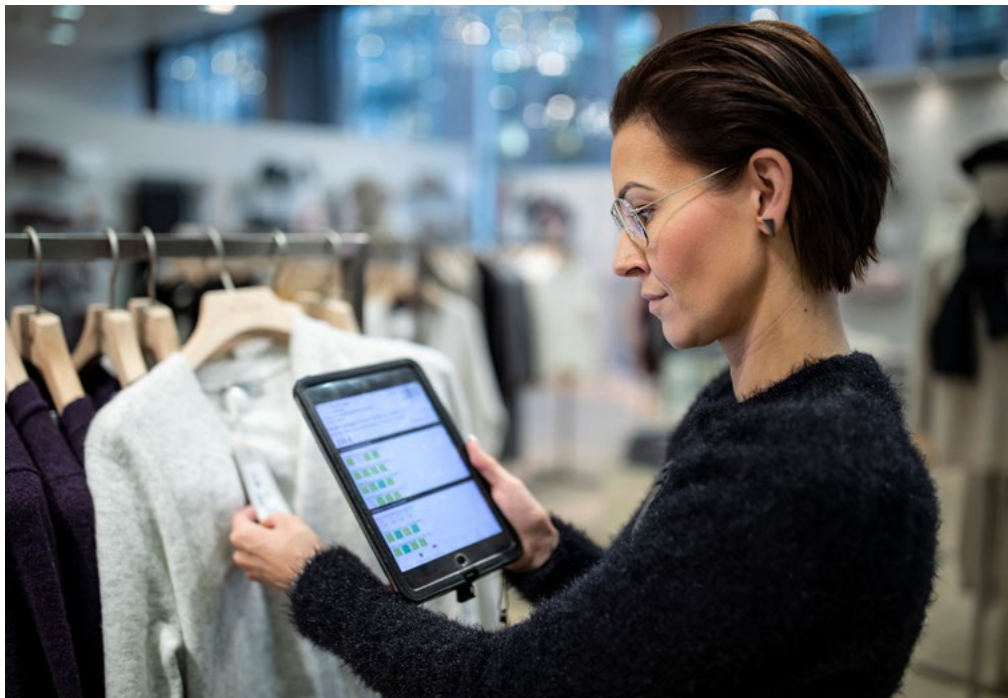
MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING & AKTIVITETER	STATUS
Vi är engagerade i att minska våra förpackningsmaterial och deras miljöavtryck	Indikator fastställs	Vi ersatte vissa engångsplastprodukter i vårt urval med mer hållbara produkter. I vår nätbutik ersatte vi förseglingsbara plastpåsar med med förseglingsetiketter i syfte att förbättra materialeffektiviteten. Vi jobbar med att skapa en indikator för materialeffektivitet i vår nätbutik som möjliggör att jämföra materialeffektiviteten på månatlig och årlig basis.	● Pågående
Vi vidtar åtgärder för att mildra vår miljöinverkan	Förbättra energieffektiviteten med 4 % i Finland innan år 2020 (basår 2016) Förbättra energieffektiviteten med 5,5 % i Finland och Baltikum innan år 2025 (bas år 2018)	Vi fortsatte att implementera energieffektivitetsåtgärder i våra verksamheter. Vi uppnådde energieffektivitetsmålen och förbättrade energieffektiviteten i Finland med över 10 % från år 2016 till år 2019. År 2019 minskade koncernens jämförbara GHG-utsläpp med 12 % och uppgick till 39 700 tCO ₂ e (45 130). År 2019 fattades ett beslut om att anskaffa certifierad vindkraft till distributionscentret från början av år 2020. År 2019 var nästan 60 % av den elektricitet som Lindex använde förnybar.	● Målet uppfyllt
Vi tillämpar en cirkulär ekonomisk approach i våra verksamheter	Mål för återvinningsgrad: 75 % i Finland och 50 % i verksamheterna i Baltikum	Vi uppnådde målet för återvinningsgraden i Finland och återvinningsgraden var 76 % (72). I Baltikum var återvinningsgraden under målsättningen: 31 % (40). Den totala mängden avfall i Finland minskade med ca 2,8 % jämfört med året innan, men ökade i Baltikum med 4,6 %.	● Pågående

minimera de skadliga miljöpåverkan som kan orsakas i leverantörernas fabriker.

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. Miljöfrågor presenteras redan under introduktionsutbildningen som varje ny medarbetare deltar i. Dessutom erbjuder vi skilda





e-skolningar till vår personal angående relevanta hållbarhetsämnen.

ENERGI



belysning, ventilation, uppvärmning och nedkylning av butiks-, lager- och kontorslokaler och av elapparater som används i dessa, bl.a. hissar och rulltrappor.

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.

Stockmanns fastighetsavdelning ansvarar för energiledningen i varuhusen, distributionscentret och stödfunktionerna. Energiförbrukningen övervakas dagligen och åtgärder vidtas för att förbättra effektiviteten och svara på avvikelser.

År 2019 genomförde Stockmann energioversikt i sina lokaler och resultaten används i arbetet för att mildra klimatpåverkan. Under rapporteringsåret fortsatte Stockmann att genomföra energieffektivitetsprogrammet genom att optimera drifttimmar i fastighetssys-

Stockmanns verksamhet i Finland är ISO 14001 certifierad

tem samt via ventilations- och belysningskontroll i alla sina lokaler.

Stockmanns distributionscenter, beläget i Finland, betjänar stockmann.com-nätbutiken och Stockmanns varuhus i alla verksamhetsländer. Distributioncentret har möjliggjort att Stockmann har kunnat optimera sin lagerverksamhet, minska mängden av intern distribution av varor och förbättrat lagerverksamhetens energieffektivitet. Stockmanns distributionscenter har erhållit guldnivåns LEED-miljöcertifikat. Belysningen är LED-baserad LED-be-

lysning används och jordvärmesystemet producerar nästan all värme- och nedkylningsenergi som behövs i byggnaden. År 2019 fattades även ett beslut om att anskaffa certifierad vindkraft till distributionscentret från början av år 2020.

Under rapporteringsåret uppgraderade Stockmann Tallinn varuhusets belysning till LED-baserad belysning och ersatte den renoverade Tallinn Delikatessens kylutrustning med mer energieffektiva alternativ. Dessutom fortsatte vi förnyelseprocessen för belysning i varuhuset i Helsingfors genom att ersätta konventionell belysning med LED-belysning.

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 och enligt undersökningen består 90 % av energiförbrukningen av belysning, nerkylning

ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2019-2018

	2019	2018
DIREKT FÖRBRUKNING		
Brännolja (MWh)	463	474
Naturgas (MWh)	319	302
INDIREKT FÖRBRUKNING		
Elektricitet (MWh)	81 409	87 148
Värme och nedkylning (MWh)	71 462	76 072
Vatten (m3)	95 875	10 775

Rapporteringen exkluderar avslutade verksamheter (Ryssland, Polen och Pakistan) samt franchiseverksamheterna. Brännolja baseras på uppskattningar. 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 i Finland) och Lindex distributionscenter i Sverige.

och ventilation. Enligt resultaten kommer åtgärderna kring energieffektivitet att rikta sig till dessa områden. Lindex respekterar planeten och prioriterar därför energi från förnybara källor. År 2019 var nästan 60 % av den elektricitet som Lindex använde förnybar. Lindex miljömål inkluderar målen om att vara klimatneutrala i egen verksamhet år 2023 och att minska 30 % av koldioxidutsläppen i den totala värdekedjan fram till 2030, med basår 2017.

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.

Beräkningen av Stockmanns koldioxidavtryck år 2019 omfattar Stockmann och Lindex affärsenheterna i alla verksamhetsländer, med undantag för franchiseverksamhet. Stockmanns utsläppberäkning inkluderar även hyresgästerna som agerar i varuhusen. Vid slutet av 2019 använde Stockmann 73 % av den totala uthyrningsbara ytan och resten användes av hyresgäster.

Stockmann har övervakat och rapporterat sina växthusgasutsläpp på koncernnivå i tio år. Gruppens utsläpp presenteras i tabellen "Växthusgasutsläpp". Utsläppssiffrorna för 2018 presenteras också i tabellen för att möjliggöra jämförelse. Ytterligare kommentarer och möjliga förändringar i omfattningen förklaras i tabellen. Beräkningen av utsläpp genomfördes i enlighet med de internationella rapporterings-

principerna i Greenhouse Gas (GHG) -protokollet.

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 långvariga relationer med våra leverantörer och vi strävar till ett nära samarbete för att förbättra effektiviteten i transporterna. Distributionstransporterna optimeras ständigt med hjälp av ruttplanering och genom att utnyttja returtransporter. Vi genomför en systematisk uppföljning och upprätthåller en aktiv dialog med våra partners.

Nästan 90 % av Lindex varor från produktion till distributionscentret transporteras med sjöfrakt. Även om sjöfrakt är ett bättre alternativ än flygfrakt har det fortfarande en betydande inverkan. Lindex är därför medlem i Clean Cargo, ett nätverk av globala aktörer med det gemensamma målet att minska miljöpåverkan av global godstransport och främja ansvarsfull sjöfart. Med sina medlemmar representerar Clean Cargo cirka 85 % av den globala containerlastkapaciteten, vilket gör det till det ledande köp-leverantörsforumet för hållbarhet inom lastfraktbranschen. I behov av snabba leveranser använder Lindex främst tågtransport, medan flygfrakt endast används i undantagsfall.

VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2019-2018

	tCO2e 2019	tCO2e 2018	Förändring 2019-2018, %	Kommentarer
DIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 1)	800	1 580	-48%	
Stationär förbränning	180	180	0%	
Kylmedel	620	1 400	-55%	Minskningen beror på kylmedlens sedvanliga säsongfluktuation i Stockmann Delikatessen i Baltikum, samt förnyelse av kylapparaterna.
INDIREKTA UTSLÄPP FRÅN KÖPT ENERGI (SCOPE 2)	29 000 (24 800)	33 100 (26 750)	-12%	Anskaffningsbaserad (platsbaserad inom parentes)
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	19 700	23 100	-15%	Minskningen uppnådd genom energieffektivitetsåtgärder samt genom att öka andelen förnyelsebar energi.
Köpt elektricitet (platsbaserad)	15 500	16 750	-8%	Minskningen uppnådd genom energieffektivitet.
Uppvärmning och nedkylning	9 300	10 000	-7%	Minskningen förklaras av minskande försäljningsyta på Lindex kvarvarande marknader samt energieffektivitetsåtgärder inom Stockmanns verksamheter.
ÖVRIGA INDIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 3)	9 900	10 450	-5%	
Intern logistik	2 100	1 700	23%	Lindex distributionskostnader har ökat.
Extern logistik	5 100	5 900	-14%	Importfraktens kilometer har minskat.
Nätbutikens försändelser till kunderna	200	200	0%	Siffrorna täcker endast Stockmanns nätbutiksfuntioner. Försändelsernas antal har minskat.
Affärsresor	900	850	6%	Resorna har ökat.
Avfall	1 600	1 800	-11%	Mängden avfall har minskat och sorteringen förbättrats.
TOTALT	39 700	45 130	-12%	
UTEBLIVNA UTSLÄPP	265	244		

Rapporteringen exkluderar avslutade verksamheter (Ryssland, Polen och Pakistan) samt franchiseverksamheterna.

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 ett 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.

CDP-RAPPORTERING

Stockmannkoncernen rapporterar om sina växthusgasutsläpp i det internationella Carbon Disclosure Project (CDP). År 2019 fortsatte Stockmanns resultat att vara på en bra nivå, med resultatet Management B. Resultatet är högre än det allmänna och europeiska regionala genomsnittet. Resultatet avslöjar att Stockmann har vidtagit samordnade åtgärder i klimatfrågor. **Läs mer.**

CIRKULÄRT TILLVÄGÅNGSSÄTT



Stockmann strävar efter att tillämpa ett cirkulärt tillvägagångssätt i sin verksamhet. Vi följer med och undersöker nya lösningar för att förlänga livslängden på produkter och material. Varuhusen i Baltikum samarbetade i ett cirkularitetsprojekt med den estniska designern Reet Aus och uppmuntrade kunderna att lämna in sina begagnade denimplagg för återanvändning samt genom sälja designerns klädkollektion som är gjord av återvinningsmaterial.

Lindex vill också förlänga produkternas livslängd och använda resurserna på ett smart

Vårt CDP-resultat var på en god nivå: B

sätt. Företaget kommer att sätta mål för att minska materialströmmar och skicka nollavfall till deponi samt sätta mål för design för livslängd. År 2019 började Lindex hyra ut kläder och genom sin verksamhet Something Borrowed ger de sina kunder möjlighet att hyra premiumplagg från modeföretagets utvidgade kollektion.

FÖRPACKNINGSMATERIAL OCH INKÖPSKASSAR

Stockmann har som mål att inhämta högkvalitativa förpackningar och minimera miljöbelastningen av dess förpackningsmaterial, främja cirkularitet och erbjuda kunder materialeffektiva lösningar. Stockmannkoncernen 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 varuhusen om alternativa mer hållbara alternativ.
- Under år 2019 har cirka 28 % av våra kunder valt att köpa en kasse och av dessa var 63 % plastkassar, 35 % papperskassar och 2 % hållbara bärkassar.
- Stockmanns plastkassar är till 80 % tillverkade av återvinningsmaterial. Papperskassarna är tillverkade av FSC-certifierat trä.

- 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.

- Baserat på kundåterkoppling, har vi under rapporteringsåret ersatt i vår nätbutik sigillpåsar gjorda av plast med sigillklistermärken.

LINDEX

- Lindex plastkassar består till 80 % av konsumenterna återvunnen plast och till 20 % av industriellt återvunnen plast.
- Förpackningsmaterialet i Lindex webbbutik är tillverkat till 100 % av återvunnet material. Dessutom har Lindex minskat användningen av plast i sin leveranskedja och de flesta plaggen sänds från produktionsland till distributionscentret utan enskilt plast.
- I enlighet med One Bag Habit är alla kassar i Lindex butiker avgiftsbelagda. Endast cirka

Vi tillämpar ett cirkulärt tillvägagångssätt.





28 % av kunderna har valt att köpa en kasse under rapporteringsåret. One Bag Habit är ett gemensamt initiativ, lanserat av Lindex och två andra svenska modebolag som syftar till att minska konsumtionen av kassar och öka medvetenheten om kassars negativa miljöpåverkan. Överskottet som genererad av försäljningen av kassar doneras till initiativ som driver en hållbar utveckling.

ÅTERANVÄNDNING VIA DONATIONER

STOCKMANN

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

ex. donerar vi regelbundet plagg- och produktprobitar åt HOPE r.f., som delar dem vidare till mindre bemedlade familjer i Finland.

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.

SPILLVATTEN OCH AVFALL



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

består av livsmedelsförsäljning, restauranger och caféer, uppkommer även biologiskt nedbrytbart avfall.

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 regelbundet.

Vårt mål är att minska mängden avfall och att materialåtervinna så mycket som möjligt av det kvarvarande avfallet. Den totala mängden avfall som uppstod i koncernens verksamhet minskade med ca 3 %. Materialåtervinningsgraden i varuhuset i Finland uppgick till 76 %. Stockmann har ett nära samarbete med serviceleverantören av avfallshandtering.

Under de senaste åren har våra intressenter kontaktat oss angående vårt tillvägagångssätt 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

Återvinningsgraden i Finland var

76 %

Stockmanns fokus på miljöansvar. Vattenförbrukningen presenteras i tabellen "Energi- och vattenförbrukning". 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.

AVFALL 2019-2018, TON

	Stockmann Finland		Stockmann Baltikum		Lindex Sverige		Totalt	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
OFARLIGT AVFALL	2 787	2 864	873	822	1 217	1 325	4 877	5 011
Återanvändning / Återvinning	2 128	2 067	274	327	1 180	1 281	3 582	3 675
Nyttobruk / Förbränning	659	797	600	496	37	44	1 296	1 337
Uttjänta produkter	0	0	0	0	0	0	0	0
FARLIGT AVFALL	2	4	8	20	0	2	10	26
Återanvändning / Återvinning	1	1	0	0	0	0	1	1
Nyttobruk / Förbränning	0	0	0	0	0	0	0	0
Uttjänta produkter	1	2	8	20	0	2	9	24
TOTALT, ton	2 789	2 868	881	842	1 217	1 327	4 887	5 037
ÅTERVINNINGSGRAD, %	76	72	31	40	97	97	73	73

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



ANSVARSFULL ARBETS- GEMENSKAP

En motiverad och engagerad personal utgör grunden för vår verksamhet. Vi främjar jämställdhet och mångfald och behandlar våra medarbetare rättvist i enlighet med principerna om lika möjligheter. De anställda betalas en skälig ersättning för sitt arbete och deras personliga och professionella utveckling uppmuntras. Vi tar hand om vår personal och förser dem med sunda och säkra arbetsförhållanden och främjar deras välbefinnande.



Koncernens personalpolitik basera sig på bolagets värderingar och 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



De senaste åren har dock varit utmanande för våra medarbetare. Organisationsförändringar har krävts för att effektivisera verk-

samheten 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 teamwork och förbättrade digitala möjligheter ligger i centrum.

År 2019 omarbetade Stockmann sin strategi och förenklade sin organisationsstruktur. I den nya strukturen kombinerades Stockmann Retail- och Real Estate-divisionerna samt koncernens delade funktioner till en ny Stockmann-division. Den nya operativa modellen baserad på den nya strukturen förhandlades fram med personalen som en del av samar-

ANSVARSFULL ARBETSGEMENSKAP

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING & AKTIVITETER	STATUS
Vi säkerställer en hälsosam och trygg arbetsmiljö och stöder personalens välmående	Olycksfallsfrekvensmål: maximalt 20 per en miljon arbetstimmar. Ytterligare mål fastställs.	Stockmanns olycksfallsfrekvens var 31 (24) olyckor per en miljon arbetstimmar. Vi introducerade #stockmannstaff-barometern, vilken möjliggör förbättrad anställningskonsultation och utveckling av en mer ansvarsfull arbetsgemenskap.	● Målet inte uppnått
Vi värdesätter jämlikhet och mångfald	Nyckeltal fastställs	Jämlikehet främjas aktivt inom samtliga anställningskategorier på basen av likvärdighets- och jämlikhetsplanen som gjorts i samarbete med personalrepresentaterna. Stockmann var år 2019 bl.a. en officiell partner i Helsinki Pride för att visa och stöda jämlikhet, gemenskap och mångfald för sin personal och alla intressenter.	● Målet inte uppnått
Vi stöder personalens yrkesmässiga utveckling	#Stockmannstaff-personalrespons: vitsordsmålet är 50 innan utgånen av år 2020 Verkställd PDD-frekvens, målet 100 % år 2021	Poängen i den första #stockmannstaff-barometern var 42, vilket betyder att 42 % av svarandena gav det bästa eller nästbästa positiva svaret på fem indikatorer: viljan att rekommendera, viljan att lämna, arbetstillfredsställelse, allmän sinnesstämning samt entusiasm för sitt arbete.	● Målet inte uppnått



betsförhandlingarna. Som ett resultat av förhandlingarna avslutades omkring 150 positioner, de flesta genom permitteringar.

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 Stockmannkoncernen.



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 190 (200) och praktikplatser erbjöds till 340 (300) praktikanter. Stockmann deltog i Finlands Näringslivs (EK) 'Bekanta dig med arbetslivet och tjäna' – programmet (Tutustu työelämään ja tienaa) och erbjöd 82 (60) ungdomar en praktikplats. Vidare samarbetade Stockmann med den humanitära organisationen Plan International Finland och erbjöd korta praktikplatser för ungdomar som deltog i programmet.
- En stor andel av personalen i varuhusen är anställda av Stockmanns hyresgäster, t.ex. i restauranger och på partners avdelningar.

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 15 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.

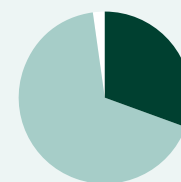
PERSONALFÖRMÅNER

Stockmannkoncernen erbjuder personalförmåner enligt den lokala lagstiftningen i respektive verksamhetsland. Dessa förmåner kan bl.a. omfatta företagshälsovård, försäkring mot arbetsolyckor och yrkessjukdomar samt föräldraledighets- och pensionsförmåner. Personalförmånerna är samma för både deltids- och heltidsanställda.

I de flesta verksamhetsländer erbjuds de anställda förmåner som klart överstiger kraven i lagstiftningen, som sjukförsäkringar och måltidsförmåner. Förmånerna utvärderas och uppdateras regelbundet. Alla anställda har möjlighet att köpa produkter till personalpris i de butiker som ingår i koncernen. År 2019 utvärderades och uppdaterades personalprismodellen i varuhuset Riga. Dessutom erbjuder Stockmann kvartalsvis sina anställda i Finland möjlighet att köpa en uppsättning arbetskläder med en ytterligare nedsatt pris. Därutöver organiseras separata personalförsäljningar, där personalen får köpa produkter till ett budgetpris.

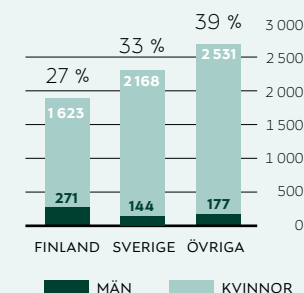
Stockmann har i användning ett incitamentsprogram och som täcker alla anställda. Syftet med programmet är att belöna, uppmuntra och motivera anställda att sträva efter toppresultat.

PERSONAL PER ENHET

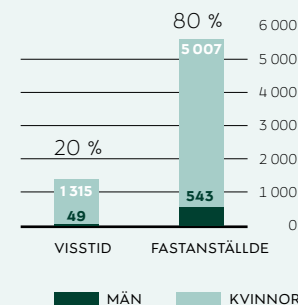


STOCKMANN, 2 126	31 %
LINDEX, 4 671	68 %
INKÖPSKONTOR, 117	2 %

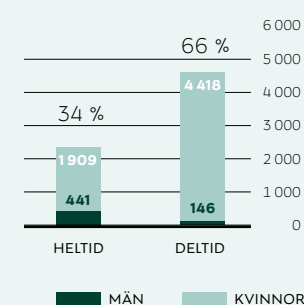
PERSONAL PER LAND



VISSTID / FASTANSTÄLLD



HELTID / DELTID



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. En kultur av öppenhet främjas och vi strävar efter att kommunicera om frågor som rör vår personal genom att gå igenom Stockmanns ekonomiska resultat och synpunkter samt genom att sätta upp mål för vår prestation inom dessa områden.

Två personalrepresentanter deltar i Stockmanns styrelsemöten. 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. Dessutom ordnas det grupputvecklingssamtal inom försäljning för att öka engagemanget.
- I Finland har affärsenheterna sina egna personalnämnder som sammanträder fyra gånger om året. En liknande modell följs även i Baltikum. Personalfrågor beträffande Finland behandlas i koncernnämnden som sammanträder två gånger om året.
- På beslut av koncernnämnden fortsätter Stockmann att stödja personalklubbarnas verksamhet för år 2019, genom att erbjuda

klubbarna möjlighet att ansöka om ekonomiskt stöd.

- År 2019 förnyade Stockmann personalens informationsmöten om kvartalsresultat och strategiprocessen. I de nya #Stockmann-staff-sessionerna främjas inkludering och öppen dialog och resultat och synpunkter diskuteras öppet under sessionerna. Fokus läggs även på att stärka samarbetet och kommunikationen mellan avdelningarna.
- Stockmann har i bruk ett initiativssystem som möjliggör att personalen kan diskutera och utveckla nya affärsidéer tillsammans och över avdelningsgränser.

LINDEX

- Lindex har fastställt processer för utveckling och målsättning för hela företaget. Enligt detta har samtliga Lindex medarbetare årligen utvecklingssamtal med sin förmän. Processerna och verktygen varierar från land till land. Enligt Lindex senaste medarbetarundersökning hade 81 % av personalen haft en utvecklingssamtal.
- Som en del av öppen kommunikation går vd:n 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.
- Introduktionsdagar arrangeras för nya anställda där en representant från Lindex ledningsgrupp också är närvarande.
- Varje år hålls gemensamma inspirerande tillställningar för hela personalen, där man behandlar olika frågor som rör Lindex vision, strategi och värderingar.
- År 2019 organiserade Lindex workshops där man fokuserade på att utveckla bolagets personalbränd.
- 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 % (81) av Stockmannkoncernens personal av kollektivavtal. Samtliga anställda på Lindex i Sverige, Norge och Finland, med undantag för de högre tjänstemännen, omfattas av kollektivavtal.

Koncernen följer inte upp organisationsgraden, men för statistik över de arbetstagare i Finland vars fackföreningsavgift uppbärs från lönen. År 2019 uppbar arbetsgivaren fackföreningsavgift direkt från lönen för 30 % (31) 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 arbets säkerheten 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

- År 2019 förnyade Stockmann sin personalundersökningsmodell och introducerade #Stockmannstaffbarometern. Barometern är en pågående undersökningsmodell som har utvecklats i samarbete med forskare från Hanken svenska handelshögskolan. Undersökningsmodellen möjliggör ett effektivt utnyttjande av resultaten från personalupplevelsen och processutvecklingen, samt en djupare och mer aktiv medarbetarkonsultation. De frågor och oron som Stockmanns personal uttryckte i undersökningen gällde t.ex. arbetsbelastning och kunskapsutveckling. Baserat på responsen har konkreta utvecklingsåtgärder vidtagits.
- Stockmann har i bruk praxis för distansarbete. Syftet med praxisen att stöda balansen mellan yrkes- och familjelivet samt att främja jämlikhet.
- Man satsade på trivseln på arbetet även genom många små aktiviteter och evenemang. Till exempel ordnades, yoga sessioner och ett motionsveckoslottislotteri ordnat av Otium-stiftelsen som har grundats för att främja personalens arbetshälsa.
- 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 arbets-

dagen anses också ingå i främjandet av arbetsförmågan. På förebyggande arbete satsas även på arbetarskyddsdagen för hela koncernen.

LINDEX

- Lindex genomför regelbundet en global medarbetarundersökning för att få en översikt över hur företagets anställda upplever sin arbetsplats och företagskulturen. Resultatet av den senaste undersökningen, som genomfördes före årsskiftet 2019, visade att andelen positiva anställda var 81 % och nivån på engagerade anställda också var betydligt hög, 82 %. 2 729 personer deltog i undersökningen. Identifierade utvecklingsområden inkluderade t.ex. kompetensutveckling och mer regelbundna uppföljningar av individuella mål.
- Lindex följer upp hur de anställda utvecklas i arbetet och säkerställer stöd vid ett tidigt skede för att bibehålla arbetsförmågan och



Vi introducerade
#Stockmannstaff-
barometern.



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 i Finland och Sverige berodde på halkningar samt olyckor i samband av lyft eller fallande av saker.

År 2019 omfattade företagshälsovården alla anställda i Finland som varit anställda i minst fyra månader, det vill säga totalt 1784 (1968) personer. Företagshälsovården för koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av både en egen företagshälsovårdsstation och utlokaliserade tjänster. Koncernens egen företagshälsovårdsstation i Helsingfors betjänar huvudsakligen alla anställda i huvudstadsregionen. På andra håll i Finland och på Lindex i Finland har företagshälsovården utlokaliserats. Kostnaderna för företagshälsovården för år 2019 är inte tillgängliga vid given stund. I Finland uppgick kostnaden för företagshälsovården för år 2018 till sammanlagt 0,9 (2017: 1,4) miljoner euro. Företagshälsovårdens nettokostnad per

anställd i Finland uppgick till cirka 269 (2017:325) 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

- 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.

LINDEX

- Det genomsnittliga antalet utbildningstimmar på Lindex var totalt 9,0 (2018: 8,0) timmar per anställd för butikspersonalen. Det totala antalet utbildningstimmar var 35 560.
- På Lindex främjas kontinuerlig yrkesmässig utveckling genom flera olika interna kurser och aktiviteter. Därtill erbjuds extern ledarskapsutbildning. Under 2019 deltog nästan

alla medarbetare vid huvudkontoret i workshops för att utveckla sitt självledarskap.

- På inköpskontoren erbjuds kontinuerlig utbildning för att upprätthålla personalens kunskap i linje med den snabba utvecklingen.

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.

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.

Vi främjar jämställdhet och mångfald och behandlar våra medarbetare rättvist.

MÅNGFALD OCH JÄMSTÄLLDHET, JÄMLIKA MÖJLIGHETER OCH FÖRBUD MOT DISKRIMINERING



Stockmann behandlar alla sina medarbetare rättvist och jämlikt samt värdesätter mångfald bland de anställda. Diskriminering är

strängt förbjudet. 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.

STOCKMANN

- 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. Arbetsuppgifterna är utformade för att passa båda könen. 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. Vi accepterar inte åldersdiskriminering och olika åldersgrupper är väl representerade i bolaget. Baserat på respons har vi inte längre en minimiålder för våra praktik- och kampanj positioner.

- 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.
- Stockmann har förnyat sina riktlinjer för arbetskläder, för att uppmuntra personal att klä sig efter sin egen stil och identitet och på detta sätt stärka kulturen för mångfald och inkludering inom organisationen.

LINDEX

- Lindex har en egen jämställdhets- och mångfaldsplan. Planen innefattar bl.a. en policy mot trakasserier och diskriminering.
- Enligt företagets planer för lika möjligheter och mångfald strävar Lindex efter att se till att alla anställda behandlas med respekt, har lika möjligheter och en positiv arbetsmiljö. Mångfald ses som en konkurrensfördel som främjar ökad kreativitet, innovation och ger bättre resultat. Det är varje Lindex-ledares ansvar att se till att de har ett mångfaldigt team och att mångfald blir en naturlig del av den långsiktiga kompetensplanen.
- För att säkerställa att det inte finns någon diskriminering och organisationen drar nytta av mångfalden genomför företaget kontinuerligt analyser och uppföljningar av arbets-

villkor, löner och anställningsvillkor, rekrytering och marknadsföring, utbildning och utbildning och föräldraskap och arbete.

Under rapporteringsåret bjöd Lindex in en expert för att prata om mångfald, lika möjligheter och icke-diskriminering för ledarna i huvudkontoret. Därefter publicerades en artikelserie, inklusive tre artiklar om ämnet på intranätet.

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 yrkeskåror, 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 jämställdhetsplanen är jämställda löner.

STOCKMANN

- Lika lön för kvinnor och män i följs upp i Finland med hjälp av ett index för tim- eller månadslön.
- 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.

PERSONAL ENLIGT ÅLDERSGRUPPER 2019

MÄN/KVINNOR	Under 30 år	30 – 50 år	över 50 år
Hela personalen, % (män/kvinnor)	38 (6/94)	40 (11/89)	22 (9/91)
Koncernens ledningsgrupp, personer		1	4

PERSONAL ENLIGT KÖN

MÄN/KVINNOR	2019	2018	2017
Hela personalen, %	9/91	9/91	9/91
Med direktör-titel, koncernen (%)	36/64	44/56	50/50
Koncernens ledningsgrupp, personer (%)	3/2	4/6 (40/60)	6/6 (50/50)
Styrelsen, personer (%)	5/3	5/3 (63/37)	6/2 (75/25)

KVINNORS GRUNDLÖN I FÖRHÅLLANDE TILL MÄNS LÖN ENLIGT PERSONALKATEGORI, STOCKMANN FINLAND

INDEX	2019	2018	2017
Försäljare (timlön)	98	98	99
Lageranställda (timlön)	94	94	95
Kontorsanställda (månadslön)	109	94	96
Högre tjänstemän och personer i ledande befattning (månadslön)	82	84	85*

* Siffran är korrigerad från år 2017 rapport

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

- Under rapporteringsåret har Stockmann gått igenom företagets arbetsbeskrivningar, processen har också inneburit att säkerställa lika lön.

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 2019 upptäcktes inga orimliga skillnader mellan könen.
- Lindex personalpolitik bygger på en 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 satts 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 utredes under rapporteringsåret, medan det andra klagomålet om olämpligt beteende fortfarande är under övervakning efter behandling.

PERSONALSTATISTIK

	2019	2018
Antal anställda den 31 december	6 914	7 129
i Finland (män/kvinnor)	271/1 623	332/1 813
i Sverige (män/kvinnor)	144/2 168	147/2 194
Antal anställda i medeltal	7 002	7 241
Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda	4 891	5 299
Personal enligt anställningsförhållande och -kontrakt		
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor)	20 (4/96) / 80 (10/90)	18 (6/94) / 82 (10/90)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Finland	6 (8/92) / 94 (15/85)	8 (7/93) / 92 (16/84)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Sverige	23 (4/96) / 77 (7/93)	25 (7/93) / 75 (6/94)
Andel av heltids-/deltidsanställda av personalen, %	34/66	36/64
i Finland (män/kvinnor)	41 (23/77) / 59 (8/92)	43 (24/76) / 57 (9/91)
utomlands (män/kvinnor)	31 (17/83) / 69 (2/98)	33 (16/84) / 67 (2/98)
Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt, %	18	22
i Finland	17	17
i Sverige	8	9
Nya fast anställda anställdes, %	16	20
i Finland	10	12
i Sverige	6	6
Personalkostnader, milj. euro	211,1	222,0
Personalkostnader, andel av omsättningen i %	22,0	21,8
Personalens genomsnittliga ålder	37	37
i Finland	41	40
i Sverige	38	37
Sjukfrånvaro, %	4,4	4,2
i Finland	4,2	4,7
i Sverige	4,9	4,7
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen + på resor till och från arbetsplatsen i Finland, st.	72+41	60 + 50
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Sverige, st.	53	137
Kostnader för personalutbildning i Finland (utan direkta lönekostnader), milj. euro		0,2

Figures only for one referral year, do to changes in reporting practices.



HÅLLBAR VERKSAMHET

Vi är engagerade i god företagsstyrning och agerar i enlighet med Stockmannkoncernens uppförandekod. Vårt mål är att skapa mervärde för alla våra intressenter och vi engagerar oss aktivt i samhället. Vi strävar efter långsiktig lönsam verksamhet och vidtar flera strukturella åtgärder för att vända verksamheten åter till vinst.

RESULTATUTVECKLING



Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat år 2019 uppgick till 29,0 miljoner euro (28,4, eller 10,4 exklusive Nevsky Centre). Det justerade rörelseresultatet förbättrades i Lindex men Stockmanns justerade rörelseresultat var mindre än året innan. Det rapporterade rörelseresultatet uppgick till 13,3 miljoner euro. Målet för år 2020 är att klart öka koncernens rörelseresultat. Stockmanns förnyelseprogram fortsätter under år 2020.



LÄS MER

i bokslutet på adressen
ar2019.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 serviceleverantörer.

Stockmann Oyj Abp:s aktier noteras på Nasdaq Helsingfors. Bolaget hade 43 394 registrerade aktieägare vid utgången av år 2019, jämfört med 44 393 ett år tidigare. Utdelningspolicy som fastställts av Stockmanns styrelse är att utdela mer än hälften av resultatet från den ordinarie verksamheten. Ingen dividend utbetalades för resultatet år 2018 pga. den förlustbringande verksamheten. Styrelsen föreslår för den ordinarie bolagsstämman att ingen dividend utdelas för resultatet år 2019.

ANSVARFULL APPROACH TILL AFFÄRSVERKSAMHETEN

MÅL	NYCKELTAL (KPI)	UTVECKLING & AKTIVITETER	STATUS
Vi är engagerade i en god förvaltning och fungerar i enlighet med Stockmanns Uppförandekod	90 % av personalen har slutfört Stockmanns Uppförandekod-skolning innan utgången av år 2020. 100 % av personalen har slutfört Stockmanns Uppförandekod-skolning innan utgången av år 2021.	Vi fortsatte implementeringen av vår CoCe-e-skolningsprogram i varuhuset i Riga. 70 % (59) av Stockmanns personal i Finland och 71 % av personalen i Lettland har slutfört skolningen.	● Pågående
Vi tillför ekonomiskt värde till alla våra intressenter	Positivt driftsbidrag (EBITDA)* innan utgången av år 2021	Driftsbidrag (EBITDA) var milj. euro 153,0 (76,0) och justerat driftsbidrag (EBITDA), milj. 168,6 (84,3).	● Målet uppfyllt
Vår kommunikation är transparent och pålitlig och vi är aktivt engagerade i samhället	Ansvarfullt företagsmedborgarskap	Vi publicerade integrerade översikter om affärsverksamheterna, finanser, förvaltning och CSR. Vi kommunicerade aktivt om vårt CSR-arbete. Vi deltog i välgörenhetsprojekt och inledde ett pågående välgörenhetssamarbete som en del av det förnyade stamkundsprogrammet MyStockmann.	● Målet uppfyllt

* Rörelseresultat före räntor, skatter, avskrivningar och amorteringar



Vår kommunikation
är transparent
och pålitlig



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

Milj. euro		2019	2018*	2017*	2016*	2015*
Skapande av mervärde						
Kunder	Försäljning exkl. moms, övriga rörelseintäkter, finansieringsintäkter	961.5	1 026.2	1 060.3	1 177.5	1 435.8
Varuleverantörer och serviceproducenter	Köpta produkter och tjänster, inkl. investeringsnyttigheter och erlagda hyror	-630.2	-756.9	-790.5	-864.9	-1 147.6
MERVÄRDE PRODUCERAT AV STOCKMANN		331.3	269.3	269.8	312.6	288.3
Fördelning av mervärde						
Personal	Löner, arvoden och pensionskostnader	-178.9	-188.6	-201.6	-233.0	-281.9
Aktieägare	Dividender	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Finansierare	Finansieringskostnader	-53.7	-35.3	-31.8	-23.9	-22.1
Offentliga sektorn	Övriga socialutgifter, skatter	-47.1	-37.6	-53.2	-50.1	-54.7
UTDELAT TILL INTRESSENTGRUPPERNA TOTALT		-279.8	-261.4	-286.7	-307.0	-358.7
Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten		51.6	7.9	-16.9	5.6	-70.4

* 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.

VÄLGÖRENHETSSAMARBETE

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

Välgörenhetsarbetet styrs av koncernens donationspolicy. Stockmanns affärsenheter kan även stöda ideella projekt för allmännyttiga organisationer, som en del av sina kommersiella kampanjer och aktiviteter.

Läs mer.

STOCKMANN

- Under hösten 2019 lanserade Stockmann det förnyade stamkundsprogrammet MyStockmann i Finland. Det förnyade programmet inkluderar fortgående välgörenhets-samarbete. Som en del av programmet donerar Stockmann årligen ett belopp som baserar sig på stamkundernas framsteg till välgörenhetsorganisationerna Plan International Finland, WWF Finland och Hope ry. Det donerade beloppet för 2019 var omkring 15 000 euro.
- Varuhuset i Riga fortsatte välgörenhetskampanjen för att minska användningen av plastkassar tillsammans med WWF Lettland och donerade medel till Östersjöskyddsarbetet.
- Vi donerade våra webbplatser, stockmann.com och stockmanngroup.com, till Röda Korsets hungerdagsinsamling.
- Under julförsäljningen ordnade vi i samarbete med Rädda barnen en välgörenhetskampanj. Tillsammans med våra kunder donerade vi omkring 25 800 euro till välgö-

renhetsorganisationen. Medlen används för att stöda finska barns studier och hobbyn. Dessutom deltog vi än en gång i en kampanj organiserad av Kotona Asuen Seniorihoiva. Under kampanjens gång uppmunttrade vi våra kunder till att köpa julblommor för ensamma äldre med begränsade medel. 1 700 blomdonationer som köpts i Stockmanns varuhus levererades under julen som gåva till de äldre.

- Under julsången gavs en liten pappersjulgran till kunder i varuhuset Riga för varje köp som översteg 100 euro. Under våren kommer varuhuset, tillsammans med en lokal organisation "Latvijas valsts meži" (Lettiska Skogar), att plantera lika många träd som pappers julgranar delades ut.

LINDEX

- Lindex är en av Rosa Bandet-projektets huvudsamarbetspartners. Under kampanjen år 2019 samlade Lindex tillsammans med sina kunder omkring 1 miljon euro för att stödja cancerforskning. Sedan 2003 har Lindex kampanjer samlat sammanlagt nästan 14,8 miljoner euro för kampanjen.
- Under den Internationella kvinnodagen 2019 uppmärksammade Lindex WaterAids viktiga arbete att stärka kvinnor runtom i världen. Lindex donerade 136 486 euro från försäljningen på kvinnodagen den 8 mars till WaterAid och deras arbete för att öka tillgången till rent vatten, sanitet och förbättrad hygien i några av världens fattigaste samhällen.
- Alla kassar i Lindex-butikerna är avgiftsbelagda. Överskottet från försäljningen av

kassar doneras till initiativ som driver hållbar utveckling. Under rapporteringsåret donerades över 300 000 euro till finansiering av det gemensamma projektet med WaterAid i Bangladesh samt till att stödja CottonConnects projekt "Women in Cotton".

- I Lindex avrundningskampanjer uppmuntras kunder att runda upp sina inköp till ett valbart belopp, och beloppet donerades oavkortat till välgörenhet. År 2019 donerades över 100 000 euro till WaterAid och School of Hope i Bangladesh.

FÖRVALTNING

Principer som styr verksamheten har beskrivits i början av översikten, i stycket "Vårt tillvägagångssätt".

ANMÄLNINGSMEKANISMER

Bolaget har i bruk en anmälningsskanal (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 förmän, till enhetens säkerhetschef, till koncernens direktörer, avdelningen för lagärenden eller interna revisionen. Alla anmälningar tas allvarligt och de behandlas konfidentiellt. Avvikelse rapporteras till interna revisionen och till direktören för juridiska ärenden. Under år 2019 rapporterades inga allvarliga incidenter via kanalen.

CSR-ORGANISATION

Stockmanns styrgrupp för CSR, som leds av Jukka Naulapää, direktör för juridiska ärenden, ansvarar för ledning, utveckling och uppföljning av CSR i Stockmannkoncernen.

STOCKMANN

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

LINDEX

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 på inköpskontoren. Varje verksamhetsland och avdelning drar upp linjer för sitt ansvarsarbete enligt en gemensam linje. Lindex ledningsgrupp behandlar ansvarsfrågor regelbundet. Lindex kommunikationsavdelning ansvarar för hållbarhetskommunikationen och -rapporteringen.

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 2019 fortsatte vi due diligence-projektet, där förverkligandet av mänskliga rättigheter i Lindex försäljnings- och franchiseländer utvärderas samt var bedömning av mänskliga rättigheter görs tillsammans med våra viktigaste intressenter. Projektet planeras bli klart under 2020. Leverantörernas mänskliga rättigheter behandlas i stycket "Utvärdering av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsförhållanden" samt på koncernens webbplats.



LÄS MER

www.stockmanngroup.com

ANTI KORRUPTION OCH KONKURRENS-BEGRÄNSANDE BETEENDE



Stockmanns princip är en transparent och ansvarsfull verksamhet. Principerna om antikorrup-tion och konkurrensbegränsande

beteende ingår i Stockmanns uppförandekod och specificeras ytterligare i Stockmanns antikorrupsionspolicy. Bägge finns tillgängliga på koncernens webbplats.

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 varuprov, gåvor, resekostnader eller andra penningförmåner, särskilt från leverantörer, via reglerna om personalrabatter.

Likaså har Lindex etikpolicy utgjort grunden för att motverka alla former av korruption hos bolaget. Policyn tillämpas i alla verksamhetsländer och alla leverantörer informeras om policyn innan samarbetet med dem börjar. Bland annat får våra leverantörer inte ge andra än sedvanliga företagspresenter eller någon annan slags fördelar åt enskilda anställda.

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

RISKBEDÖMNING FÖR KORRUPTION

Koncernens internationella verksamhet innebär utmaningar för kraftfulla åtgärder mot korruption. Antikorrupsionsprinciperna ingår i Stockmann uppförandekod för varuleverantörer, Lindex uppförandekod och amfori BSCI:s uppförandekod, 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 2019 fanns inga eller informerades Stockmann inte om korruptionsrelaterade rättsfall mot koncernen.

Bolagets riskhantering, riskfaktorer och interna kontrollsystem förklaras i närmare detalj i årsrapporteringens förvaltningsöversikt 2019 som finns på adressen ar2019.stockmanngroup.com.



LÄS MER

Bolagets riskhantering, riskfaktorer och den interna kontrollens system återges mer detaljerat i Förvaltning 2019 på adressen ar2019.stockmanngroup.com

GRI-INNEHÅLLSINDEX

Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tillägsinformation
GENERELLA STANDARDUPPLYSNINGAR			
102-1	Organisationens namn	GRI standards index	Stockmann Oyj Abp
102-2	Aktiviteter, varumärken, produkter och tjänster	Kort om Stockmannkoncernen (3), Intressentengagemang (10), Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Produkternas ursprung, produktionsförhållanden och hälsoinverkan är ämnen för offentlig diskussion. Frågor som framförts av våra intressenter presenteras i det för frågan relevanta avsnittet i denna rapport. Exempelvis diskuteras material med animaliskt ursprung i koncernens produkttriktlinjer http://www.stockmanngroup.com/sv/produkttriktlinjer
102-3	Lokalisering av huvudkontoret	Kort om Stockmannkoncernen (3)	Helsinki, Finland
102-4	Länder där verksamheten bedrivs	Kort om Stockmannkoncernen (3), Inspiration för ansvarsfulla val (11-20), GRI standards index upplysningsnummer 102-6	
102-5	Ägarstruktur och bolagsform	Affärsrapporten "Vår År 2019", Ekonomisk översikt 2019	
102-6	Marknadsnärvaro	Kort om Stockmannkoncernen (3), GRI standards index	Stockmann: Totalt åtta varuhus och 3 fastigheter 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 den 1 februari 2016. Stockmann slutförde försäljningen av köpcentret Nevsky Center i januari 2019. Lindex: År 2019 hade Lindex 464 butiker. Egna butiker var belägna i 10 länder i Europa: Sverige, Norge, Finland, Estland, Lettland, Litauen, Tjeckien, Slovakien, Polen, Storbritannien. 41 franchise butiker var belägna i 9 länder: Saudiarabien, Bosnien Herze-Govina, Serbien, Island, Kosovo, Albanien, Qatar, Tunisien, Danmark. Lindex nätbutik finns i 31 länder: Österrike, Belgien, Bosnien Hercegovina, Bulgarien, Kroatien, Cypern, Tjeckien, Danmark, Estland, Finland, Frankrike, Tyskland, Grekland, Ungern, Island, Irland, Italien, Lettland, Litauen, Luxemburg, Nederländerna, Norge, Polen, Portugal, Rumänien, Serbien, Slovakien, Spanien, Sverige, Tunisien, Storbritannien. Dessutom finns Lindex produkter till salu i nätbutikerna Asos, Bootz, Nelly och Zalando.
102-7	Organisationens storlek	Affärsrapporten "Vår År 2019",	
102-8	Information om anställda	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	
102-9	Leverantörskedja	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	
102-10	Betydande förändringar i organisationen och dess leverantörskedja	"Ekonomisk översikt / Styrelsens verksamhetsberättelse, Inspiration för ansvarsfulla val (11-20), GRI standards index"	Stockmann slutförde försäljningen av köpcentret Nevsky Center i januari 2019. Affärsenheterna Stockmann Retail och Real Estate samt koncernens gemensamma funktioner sammanslogs till en ny Stockmann-affärsenhet fr.o.m. den 1 juli 2019. Som resultat av detta är koncernens rapporteringssegment Lindex och Stockmann.
102-11	Tillämpning av försiktighetsprincipen	Styrelsens verksamhetsberättelse, Förvaltningsöversikt	
102-12	Externa initiativ	Vårt tillvägagångssätt (5-10), Hållbar verksamhet (35-39)	
102-13	Medlemskap i organisationer och intresseorganisationer	stockmanngroup.com	http://www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer
Strategi			
102-14	Uttalande av VD	Affärsrapporten "Vår År 2018"	
102-16	Organisationens värderingar och riktlinjer	Vårt tillvägagångssätt (5-10), Hållbar verksamhet (35-39)	
102-17	Mekanismer för råd och kommunikation avseende etik	Hållbar verksamhet (35-39)	Bolaget har i bruk en anmälningskanal (whistleblowing 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. Visselblåsningstjänst och instruktioner finns på adressen http://www.stockmanngroup.com/sv/uppforandekod



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tillägsinformation
Styrning			
102-18	Styrningsstruktur	Förvaltningsöversikt, Hållbar verksamhet (35-39)	
102-21	Processer för samråd mellan ansvarspersoner och intressenter	Rapporterings principer och väsentlighet (9), Intressentengagemang (10)	
102-22	Styrelsens och ledningsgruppens sammansättning	Förvaltningsöversikt	
102-23	Styrelseordförandens övriga ledningsåtaganden	Förvaltningsöversikt	
102-24	Urvalsprocess för styrelse och ledningsgrupp	Förvaltningsöversikt	
102-25	Conflicts of interest	Corporate Governance review	
Intressentrelationer			
102-40	Förteckning över intressentgrupper	Intressentengagemang (10)	
102-41	Andel anställda med kollektivavtal	Ansvasfull arbetsgemenskap (31)	
102-42	Princip för identifiering och urval av intressenter	Rapporterings principer och väsentlighet (9), Intressentengagemang (10)	
102-43	Intressentengagemang	Rapporterings principer och väsentlighet (9), Intressentengagemang (10)	
102-44	Viktiga områden och frågor som har lyfts fram av intressenter	Rapporterings principer och väsentlighet (9), Intressentengagemang (10)	
Redovisningsprinciper			
102-45	Enheter som ingår i koncernbokslutet	Ekonomisk översikt, Noter till koncernens bokslut	Alla årliga rapporter är tillgängliga på ar2019.stockmanngroup.com
102-46	Processer för definition av innehållet	Rapporterings principer och väsentlighet (9)	
102-47	Identifierade indikatorer	Rapporterings principer och väsentlighet (9)	
102-48	Förklaring till förändringar	GRI standards index	Förändringar redovisas vid relevanta indikatorer.
102-49	Väsentliga förändringar sedan föregående rapport och vad gäller avgränsning och omfattning	Rapporterings principer och väsentlighet (9)	Förändringar redovisas vid relevanta indikatorer.
102-50	Redovisningsperiod	GRI standards index	Rapportperioden är räkenskapsperioden från den 1 januari till den 31 december 2019.
102-51	Datum för publicering av senaste redovisning	GRI standards index	Den föregående rapporten, som avsåg 2018, publicerades den 27 februari 2018.
102-52	Redovisningscykeln	GRI standards index	
102-53	Kontaktpersoner för redovisningen	GRI standards index	csr@stockmann.com
105-54	I enlighet med GRI krav	Om rapporten (2), GRI standards index	Denna redovisning har gjorts i enlighet med Global Reporting Initiative (GRI) Standards grundläggande nivå (Core).
102-55	GRI innehållsförteckning	GRI standards index	
102-56	Granskning och bestyrkande	GRI standards index	Rapporten har inte granskats av en tredje part. De finansiella indikatorer som presenteras i bokslutet har granskats externt.
STYRNINGSMODELL			
103-1	Förklaring av väsentlighet och avgränsningar	Rapporterings principer och väsentlighet (9)	
103-2	Förklaring av ledningsmetod och dess komponenter	GRI standards index	Ledningens approach är presenterad i samband med respektive materialämne.
103-3	Bedömning av ledningsmetodens effekt	GRI standards index	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 standardupplysningar rapporteras på basen av identifierade väsentliga aspekter			



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tillägsinformation
Ekonomisk inverkan			
201	Ekonomiska resultat	Hållbar verksamhet (35-39)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Hållbar verksamhet'.
201-1	Skapat och levererat ekonomiskt mervärde	Hållbar verksamhet (35-39), Ansvarsfull arbetsgemenskap (31)	
204	Inköpsprinciper	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Inspiration för ansvarsfulla val'.
204-1	Andel av inköp till lokala leverantörer	Not reported	Aspekten definieras väsentlig men indikatorn är inte lämplig. Ytterligare information om inköpspraxis finns i avsnittet "Inspiration för ansvarsfulla val". Leverantör- och fabrikslista finns på koncernens nätsida: http://www.stockmangroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista and factories used by Lindex for manufacturing, processing and tier 2 can be found at https://about.lindex.com/sustainability/how-we-work/suppliers-and-factories/
205	Antikorruption	Hållbar verksamhet (35-39)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Hållbar verksamhet'.
205-2	Kommunikation och utbildning för motverkan av korruption	Hållbar verksamhet (35-39)	
205-3	Antal bekräftade fall av korruption och vidtagna åtgärder	Hållbar verksamhet (35-39)	
206	Konkurrensbegränsande beteende	Hållbar verksamhet (35-39)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Hållbar verksamhet'.
206-1	Totalt antal juridiska åtgärder gällande konkurrensbegränsande beteende, antitrust- och monopolverksamhet samt deras utfall	Hållbar verksamhet (35-39)	År 2019 fanns det inga rättsliga åtgärder eller domar för brott mot konkurrensrättsliga regler, karteller eller missbruk av dominerande ställning.
Miljöpåverkan		Environment	
301	Material	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Inspiration för ansvarsfulla val'.
301-3	Återvunna produkter och förpackningar	GRI standards index	Denna aspekt definieras som väsentlig, men den föreslagna indikatorn är inte lämplig. Information om uppfyllandet av producentansvar och om de återvinningsmöjligheter som erbjuds till kunder finns i avsnittet "Inspiration" i kapitlet "Tjänster för att stödja en hållbar livsstil" (sidan 13).
302	Energi	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Hållbar shoppingmiljö'.
302-1	Energianvändning inom organisationen	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	Siffrorna inkluderar energiförbrukning i ägda och hyrda fastigheter/lokaler.
302-2	Energianvändning utanför organisationen	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	En begränsad mängd data samlas in på energiförbrukning utanför organisationen vid 305-3.
303	Vatten och utsläpp	Vårt tillvägagångssätt (5-10), Inspiration för ansvarsfulla val (11-20), Hållbar shoppingmiljö (21-26), GRI standards index	Aspekten är inte definierad som väsentlig. Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Vårt tillvägagångssätt', 'Hållbar shoppingmiljö' och 'Inspiration för ansvarsfulla val'. Vattenförbrukning i vår egen verksamhet Avloppsvatten beskrivs i avsnittet "Hållbar shoppingmiljö" i kapitlet "Avloppsvatten och avfall". Avloppsvattnet från verksamheten leds till kommunala avloppssystem. Företaget har inga utsläpp i vattensystemet. Vatten återvinns eller återanvänds inte i verksamheten Indirekt vattenförbrukning Vår leverantörskedjas vattenförbrukning förklaras i avsnittet 'Inspiration för ansvarsfulla val' i kapitlet 'Leverantörsutvärderingar med avseende på miljö' (sidan 20). Indirekt inverkan inkluderar också vattenanvändning i användningsfas, exempelvis när kläderna tvättas i hemmet. Detta ämne diskuteras i avsnittet "Inspiration för ansvarsfulla val" i kapitlet "Tjänster för att stödja en ansvarsfull livsstil".
303-3	Total vattenanvändning per källa	Hållbar shoppingmiljö (23)	
304	Biodiversitet	Ej rapporterad	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	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Hållbar shoppingmiljö'.
305-1	Direkta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 1)	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	
305-2	Indirekta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 2)	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	
305-3	Andra indirekta växthusgasutsläpp (GHG) (Scope 3)	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	Endast begränsade uppgifter insamlas för scope 3-utsläpp utanför organisationen. De viktigaste sådana utsläpp var i anslutning till distributionstransporter och avfall.



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tilläggsinformation
306	Utsläpp till vatten och avfall	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Hållbar shoppingmiljö'.
306-2	Total avfall, per typ och hanteringsmetod	Hållbar shoppingmiljö (21-26)	
Sociala effekter			
401	Sysselsättning	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Ansvarsfull arbetsgemenskap'.
401-1	Antal och andel nyanställda totalt samt personalomsättning,	Ansvarsfull arbetsgemenskap (34)	Information om fördelning enligt kön eller ålderskategori är inte tillgängligt för tillfället
401-2	Anställningsförmåner för heltidsanställd personal	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förmåner som överskrider lagstadgad nivå har inte rapporterats i detalj. Praxisen varierar i de olika verksamhetsländerna.
402	Relationer mellan personal och ledning	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Ansvarsfull arbetsgemenskap'.
402-1	Kortaste uppsägningstider avseende verksamhetsförändringar, inklusive om dessa anges i kollektivavtal	GRI standards index	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	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Ansvarsfull arbetsgemenskap'.
403-3	Arbetshälsovård	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	
403-9	Arbetsrelaterade skador	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	År 2019 fanns inga dödsfall som följd av arbetsrelaterad skada och inga allvarliga arbetsrelaterade skador
404	Utbildning och personalutveckling 2016	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Ansvarsfull arbetsgemenskap'.
404-1	Utbildningstimmar per anställd	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Information om övningstimmar hos Stockmann kunde inte fås för år 2019. Hos Lindex var övningstimmar per anställd inom butikspersonalen 9 timmar (8 timmar). Jämförbara övningstimmar för personalen i huvudkontoren och inköpskontoren kunde inte erhållas. Information om övningstimmar fördelat per kön finns inte tillgänglig.
404-3	Antalet av anställda som har regelbundet utvärderings- och karriärutvecklingssamtal	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Rapporterad delvis. Information om resultatöversikter hos Stockmann kunde inte samlas in för år 2019.
405	Mångfald och jämställdhet	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Ansvarsfull arbetsgemenskap'.
405-1	Mångfald inom ledningsorganen och bland anställda	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	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	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	
406	Icke-diskriminering	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Ansvarsfull arbetsgemenskap'.
406-1	Totalt antal diskrimineringsfall och korrigerande åtgärder som vidtagits	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	
407	Organisationsfrihet och kollektivavtal	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Ansvarsfull arbetsgemenskap'.
407-1	Verksamhet och leverantörer som identifierats där rätten att utöva organisationsfriheten och rätten till kollektivavtal kan kränkas eller vara väsentligt hotad	Ansvarsfull arbetsgemenskap (27-34)	De flesta av Stockmannkoncernens egna medarbetare 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	Hållbar verksamhet (35-39)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Hållbar verksamhet'.
412-1	"Antal av verksamheter som har varit föremål för granskningar av mänskliga rättigheter eller konsekvensbedömningar"	Hållbar verksamhet (35-39)	
412-2	Personalens utbildning kring mänskliga rättigheter	Hållbar verksamhet (35-39)	



Upplysnings-nummer	GRI-innehåll	Position (sidan i CSR-översikten)	Tillägsinformation
414	"Bedömning av leverantörernas mänskliga rättigheter och arbetsvillkor"	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Inspiration för ansvarsfulla val'.
414-1	"Nya leverantörer som bedömdes enligt kriterier angående socialt ansvar"	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	
414-2	Negativa sociala konsekvenser i leveranskedjan och	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	
415	Politisk påverkan	Not reported	Aspekten definieras inte väsentlig.
415-1	Politiska bidrag	GRI standards index	Stockmann stöder inte politiker, politiska partier eller dylika organisationer genom direkta eller indirekta politiska bidrag eller donationer.
416	Kundernas hälsa och säkerhet	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Inspiration för ansvarsfulla val'.
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"	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	
417	Marknadskommunikation och produktinformation	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Inspiration för ansvarsfulla val'.
417-2		Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	
417-3	"Incidenter av bristande efterlevnad avseende markandsföringskommunikation"	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	
418	Kundens integritet	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Inspiration för ansvarsfulla val'.
418-1	Det totala antalet motiverade klagomål gällande kundsekretess och förlust av kunddata	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	
Upplysningsnummerversionerna: 303: Vatten och utsläpp samt 403: Företagshälsovård och säkerhet i arbetet, version 2018. Alla övriga upplysningsnummer, version 2016.			
	Customer satisfaction	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	Förvaltningsstrategin beskrivs i avsnitte 'Inspiration för ansvarsfulla val'.
	Net Promoter Score (NPS), som berättar om kundens vilja att rekommendera	Inspiration för ansvarsfulla val (11-20)	



Alexandersgatan 52 B
PB 220
FI-00101 Helsingfors, Finland
Tel. +358 9 1211
stockmann.com
stockmanngroup.com