



2022

HÅLLBARHET  
STOCKMANN



## 3

Vårt hållbarhetsarbete

- 4 Kort om Stockmann-koncernen
- 7 Vårt sätt att se på hållbarhet
- 9 Hållbarhetsledning
- 11 Väsentlighet och samarbete med intressenter
- 14 Höjdpunkter i vårt hållbarhetsarbete

## 16

Hållbar affärsverksamhet

- 18 Ledning av en hållbar inköpskedja
- 21 Hållbara val
- 25 Hållbar affärsverksamhet

## 28

Miljömässig hållbarhet

- 31 Energi
- 32 Utsläpp
- 34 Cirkulär ekonomi
- 35 Vatten
- 36 Avfall och avloppsvatten

## 37

Social hållbarhet

- 40 Jämställdhet och mångfald
- 42 Kompetensutveckling
- 43 Personalens välbefinnande
- 44 Relationer och avtal mellan personalen och arbetsgivaren
- 45 Sysselsättning

## 46

Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index

- 47 Stockmann måltabeller
- 53 Lindex måltabeller
- 57 Rapporteringsprinciper
- 58 GRI-index

## VERKSTÄLLANDE DIREKTÖREN

Stockmannkoncernen stödjer FN:s initiativ Global Compact. I enlighet med initiativet främjar Stockmann mänskliga rättigheter, arbetsrätt, miljö och arbete mot korruption. Den här rapporten är även Stockmannkoncernens COP-rapport (Communication on Progress) enligt Global Compact-initiativet.

### Jari Latvanen

Verkställande direktör, Stockmann Oyj Abp

▶ Verkställande direktörens hela översikt finns i affärsrapporten "År 2022".



### SÅ HÄR LÄSER DU RAPPORTEN

Stockmannkoncernens årsrapportering består av fem delar: **affärsrapporten, den ekonomiska översikten, förvaltningsöversikten, belöningsrapporten och hållbarhetsöversikten 2022**. I hållbarhetsöversikten presenteras tema, mål och framsteg för hållbarhetsarbetet inom Stockmannkoncernens bägge divisioner, Lindex och Stockmann, enligt de nya standarderna för Global Reporting Initiative (GRI). Alla rapporter finns på svenska, finska och engelska på [stockmanngroup.com](http://stockmanngroup.com). Dessutom kan Lindex hela hållbarhetsrapport läsas på Lindex webbplats [www.lindex.com](http://www.lindex.com).

Koncernens hållbarhetsöversikt är indelad enligt ESG-standarderna, och i inledningen till respektive avsnitt (hållbar affärsverksamhet, miljömässig hållbarhet, social hållbarhet) beskrivs de viktigaste åtgärderna med tanke på framsteg, utmaningar och utveckling. Stockmann har utvecklat sin hållbarhetsrapportering och sina referensramar för hållbarhet enligt de ändrade GRI-rapporteringsprinciperna och våra intressenters förväntningar. Rapporteringen baserar sig på ESG-referensramen

och divisionernas väsentliga hållbarhetsteman och beaktar redan nu de förändringar som direktivet om hållbarhetsrapportering medför. Vi fortsätter att utveckla rapporteringen under de kommande åren. Enligt företagssaneringsprogrammet som fastställdes 9.2.2021 fortsätter Lindex affärsverksamhet som en fast del av Stockmannkoncernen. Även detta beaktas i rapporteringen, och Lindex hållbarhetsaspekter har i högre grad integrerats i Stockmannkoncernens hållbarhetsrapportering. Rapporten går igenom miljöaspekter, inköpskedjans sociala aspekter, ekonomisk hållbarhet och god bolagsstyrning på ett enhetligt sätt med beaktande av skillnaderna mellan divisionerna. I avsnittet om personalen ligger fokus på Stockmann, där personalens välbefinnande och kompetensutveckling har identifierats som väsentliga teman. I slutet av rapporten finns måltabelleterna för bägge divisionerna. När man talar om frågor på koncernnivå används termen Stockmannkoncernen och när man talar om divisionerna används termerna Lindex och Stockmann.





# VÅRT HÅLLBARHETS- ARBETE

## TILL LÄSAREN

År 2022 främjade vi inom Stockmannkoncernen målmedvetet utvecklingen av vår hållbarhet. Året präglades av osäkerhet i den operativa miljön då coronaviruspandemin fortfarande påverkade konsumenternas köpbeteende i synnerhet i början av året. Även Rysslands anfall mot Ukraina påverkade den allmänna stämningen och förtroendet samt organisationernas verksamhet. Inom Stockmannkoncernen slutade vi sälja produkter med ryskt och belarusiskt ursprung samt avslutade varuexporten till Ryssland. I slutet av året minskade energikrisen och den kraftiga inflationen i Europa konsumtionen och höjde kostnadsnivån avsevärt.

Stockmannkoncernens strategiska prioriteringar stöder en hållbar tillväxt inom bägge divisionerna. Vi har förbundit oss till rättvisa och hållbara affärsrutiner och initiativet Science Based Targets initiative (SBTi) som ger oss tydliga ramar för utvecklingen under de kommande åren på vägen mot noll utsläpp. Med anledning av detta kompletterade vi beräkningen av Stockmannkoncernens CO<sub>2</sub>-utsläpp i syfte att fastställa vetenskapligt baserade klimatmål (SBT) för hela koncernen under 2023.

Inom social hållbarhet kunde vi efter coronaårens restriktioner återigen besöka våra produktionsländer och utvärdera beaktandet av ansvarsaspekter i vår leverantörskedja. De starka långvariga relationerna med våra samarbetspartner stöder en ömsesidig utveckling av hållbar affärsverksamhet. På koncernnivå betonar vi även mångfald, jämställdhet och delaktighet i hela värdekedjan. Lindexdivisionen har infört en DEI-strategi (diversity, equality,

inclusion), och ett mål för strategin är att introducera hela personalen i principerna för en inkluderande arbetskultur.

År 2023 fokuserar vi på koncernnivå i synnerhet på fastställandet av vetenskapligt baserade klimatmål (SBTi) och en vägkarta. Vi strävar fortfarande efter att förbättra lönsamheten särskilt inom Stockmanndivisionen och stöder Lindex tillväxt genom stora investeringar i ett nytt logistikcenter. Målet är hållbar tillväxt, vilket innebär att affärsverksamheten utvecklas så att vi beaktar konsekvenserna av vår verksamhet, sortimentets hållbarhet och hållbarhetsaspekter relaterade till råvaror i tillverkningen av produkter och hela inköpskedjan.

Vi är medvetna om utmaningarna i branschen och i vår verksamhet. Trots att vi redan vidtagit många åtgärder för att förbättra verksamhetens ansvarsfullhet och hållbarhet har vi ännu inte nått den nivå som förväntas av oss och som vi kräver av oss. Därför har vi förbundit oss till att göra vårt bästa för att främja alternativ som stöder en hållbar utveckling, minskar negativa miljökonsekvenser och stärker socialt välbefinnande i hela vår affärsverksamhet. Vi befinner oss på en resa under vilken vi stöter på föränderliga utmaningar, men där även små handlingar har betydelse. Vi fortsätter denna resa målmedvetet och utvecklar vår verksamhet tillsammans med våra intressenter.

### Jari Latvanen

verkställande direktör, Stockmann Oyj Abp



# 1 STOCKMANN- KONCERNEN

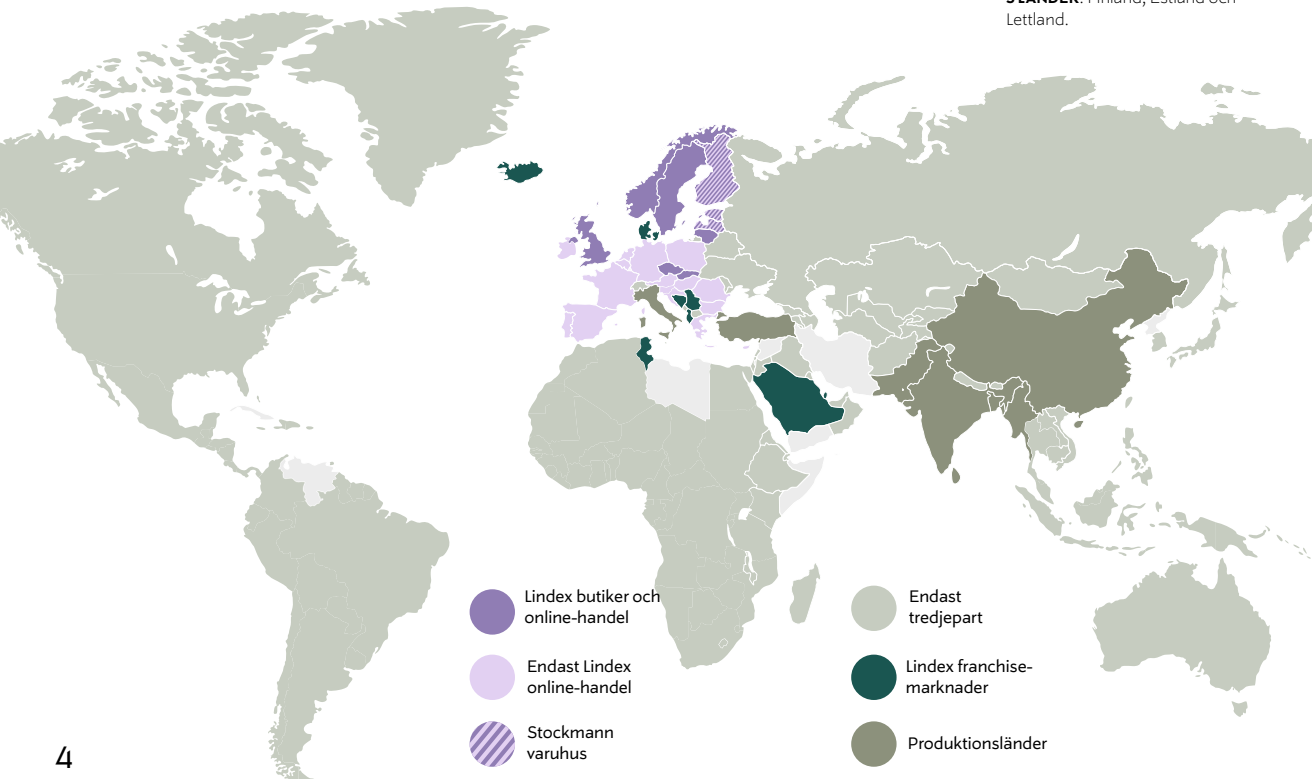
Stockmann, som grundades 1862, är ett finländskt börsbolag inom detaljhandel. I slutet av 2022 hade bolaget 44 289 aktieägare och 6 008 (5833) anställda. Koncernen är indelad i två divisioner, Stockmann och Lindex. Bolaget har 8 varuhus och 436 (441) modebutiker i 18 (19) länder. Dess huvudkontor och gemensamma stödfunktioner finns i Helsingfors. Bolaget har dessutom fem inköpskontor i de viktigaste produktionsländerna för sina egna märkesprodukter: Bangladesh, Hongkong, Indien, Kina och Turkiet. Stockmanns egna märken produceras i Bangladesh, Kina, Indien och Turkiet.

**LINDEX HAR 404 (409) EGNA BUTIKER I 9 (9) EUROPEISKA LÄNDER:** Finland, Sverige, Norge, Estland, Lettland, Litauen, Storbritannien, Tjeckien och Slovakien.

**LINDEX HAR 32 (32) FRANCHISINGBUTIKER I 9 LÄNDER:** Albanien, Bosnien-Hercegovina, Island, Kosovo, Malta, Serbien, Qatar, Danmark och Tunisien. Även Lindex nätbutik är tillgänglig i dessa länder med undantag för Albanien och Qatar.

**LINDEX NÄTBUTIK ÄR TILLGÄNGLIG I 34 (34) LÄNDER.** Dessutom säljs Lindex produkter av ASOS, About You Booot, Nelly och Zalando samt numera dessutom av Next.

**STOCKMANN HAR 8 VARUHUS I 3 LÄNDER:** Finland, Estland och Lettland.



8

VARUHUS

436

MODEBUTIKER

VERKSAMHET I

18

LÄNDER

2 NÄTBUTIKER

5 GLOBALA

DISTRIBUTIONSPARTNERSKAP



## DIVISIONER

**Lindexdivisionen** är ett ledande modeföretag i Europa. Lindex har modebutiker i 18 länder och en egen nätbutik. Dessutom finns Lindex på tredje parters plattformar, som för närvarande är ASOS, About You, Boozt, Nelly och Zalando samt Next, som är den nyaste plattformen. Lindex erbjuder inspirerande och prisvärt mode för den modeintresserade kvinnan. Företaget fokuserar på mode och underkläder för kvinnor och barn. Lindex hållbarhetslöfte baserar sig på företagets vision: "Stärka och inspirera kvinnor överallt".

Lindex mål är att främja en hållbar utveckling och att stärka kvinnor. Lindex erbjuder självsäkert nordiskt mode, som inspirerar och stärker, eftersom produkterna sitter bra på alla typer av kvinnor. Enligt Lindex filosofi bör barn få vara barn, och detta återspeglas i funktionella, trendiga och hållbara barnkläder.



**Stockmanndivisionen** erbjuder ett heltäckande sortiment av högklassiga varumärken, utmärkt kundservice och inspirerande upplevelser på varuhuset och i nätbutiken. Stockmanndivisionens vision är att vara en marknadsplats för ett gott liv. I enlighet med sitt hållbarhetslöfte arbetar Stockmann för en mer hållbar och resurssmart framtid genom att tillhandahålla högklassiga och hållbara produkter samt tjänster som främjar cirkulär ekonomi. Stockmann engagerar och uppmuntrar sina kunder att välja hållbart.





## FN:S GLOBALA MÅL FÖR HÅLLBARHET



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

Hållbarhet utgör en del av vår affärsverksamhet. Det är en central del av inköpskedjorna, sortimentet, logistiken och vår information till kunderna som stöd för inköpen. Dessutom strävar vi efter att öka användningen av mer hållbara material och processer i våra varumärkesurval.



### ANSTÄNDIGA ARBETSVILLKOR OCH EKONOMISK TILLVÄXT

Vi bemöter våra medarbetare och leverantörer ansvarsfullt. Vi erbjuder våra medarbetare en rättvis arbetsmiljö och vill också garantera det i vår inköpskedja. Vi strävar efter en lönsam affärsverksamhet.



### 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. Jämställdhet mellan könen är en central princip som Lindex införde 2019. Lindex mål är att stärka kvinnor över allt genom att skapa jämställda arbetsplatser, förbättra kvinnors självförtroende, uppmuntra kvinnor att ha en positiv inställning till sin kropp och att välja en hållbar livsstil.



### SAMARBETE OCH PARTNERSKAP

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



### RENT VATTEN OCH SANITET

Genom vår verksamhet kan vi avsevärt främja uppnåendet av målet för rent vatten och sanitet. Ett av huvudmålen i Lindex hållbarhetslöfte är att agera ansvarsfullt med vatten. Bolaget effektiviserar vattenförbrukningen i hela värdekedjan.

## 2 VÅRT SÄTT ATT SE PÅ HÅLLBARHET

**Stockmannkoncernen** har förbundit sig till att agera enligt principerna för hållbar utveckling. Hållbarhetsarbetet styrs av FN:s mål för hållbar utveckling och koncernens hållbarhetsåtaganden. Vardera divisionens CSR-strategi styrs av divisionens vision, strategi, värderingar och hållbarhetslöfte samt heltäckande väsentlighetsanalys som utgår från dialog med intressenterna. Hållbarhet utgör en väsentlig del av all verksamhet inom Stockmann. Den är integrerad i den dagliga ledningen och omfattar således verksamhetens hela värdekedja.

Stockmannkoncernen arbetar målmedvetet för att uppnå hållbarhetsmålen och utveckla verksamheten. Koncernens bägge divisioner har CSR-strategier som implementeras och följs upp. Som en gemensam åtgärd har Stockmannkoncernen undertecknat åtagandet Science Based Targets initiative (SBTi)

för att ställa upp mål för minskning av CO<sub>2</sub>-utsläppen enligt Parisavtalet. Genom SBTi-åtagandet effektiviserar Stockmann sina klimatåtgärder och vidareutvecklar sin koldioxidsnäla vägkarta i syfte att minska utsläppen och klimatriskerna. Stockmann fastställer de vetenskapligt motiverade klimatmålen enligt tidsschemat för initiativet under 2023.

När det gäller social hållbarhet är målet för Stockmanns bägge divisioner att för sin del främja och säkerställa etiska och säkra arbetsförhållanden. Stockmannkoncernens policy för mänskliga rättigheter skapar en grund för arbetet, och koncernen har förbundit sig till följande internationella principer: 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, FN:s globala mål för hållbar utveckling, FN:s Global Compact-principer, Amfori BSCI/Sedex-uppförandekod, International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment

Industry (ersätter det tidigare avtalet om brand- och byggnadssäkerhet i Bangladesh från 2013, Accord) Varje samarbetspartner undertecknar ett åtagande om att följa Stockmannkoncernens hållbarhetsprinciper. Stockmann säkerställer samarbetspartners efterlevnad av principerna genom egna och tredje parter revisioner av deras fabriker, fabriksbesök och fortlöpande dialog.

### DIVISIONERNAS HÅLLBARHETSSTRATEGIER:

**Lindex** genomför regelbundet en heltäckande intressentundersökning, utifrån vilken hållbarhetsarbetet vidareutvecklas enligt målen. Lindex hållbarhetslöfte baserar sig på företags vision: ”Stärka och inspirera kvinnor över allt”. Löftet är indelat i tre områden:

### LINDEX HÅLLBARHETS- STRATEGI

Vi lovar att göra  
en skillnad för  
kommande  
generationer

#### STÄRKA KVINNOR

##### Kvinnors hälsa och välbefinnande

Investera i och använda styrkan i vår affärsverksamhet för att förbättra kvinnors hälsa och välbefinnande på de marknader och i de samhällen var vi är verksamma.

##### Genusinkluderande arbetsplatser

Ta en ledande position i att stärka kvinnors positioner och lika rättigheter inom hela vår värdekedja, minska löneskillnaderna mellan könen och säkerställa att kvinnor har samma möjligheter som män att förverkliga sin potential.

#### RESPEKTERA PLANETEN

##### Klimatet

Påskynda energieffektiviteten samt övergången till förnybar energi i syfte att minska vår klimatpåverkan inom hela vår värdekedja i enlighet med vetenskapen.

##### Cirkulariteten

Omvandla vår verksamhet för att skapa värde och tillväxt samtidigt som vi minskar vår klimatpåverkan, minimerar vår användning av naturresurser och påverkar konsumenternas beteende för att minska överkonsumtionen.

##### Naturliga resurser

Minimera vår inverkan på ekosystemen och den biologiska mångfalden genom ett ansvarsfullt och regenerativt förhållningssätt till naturresurser.

#### SÄKERSTÄLLA MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

##### Rättvist och anständigt arbete

Möjliggöra en säker och hälsosam arbetsplats där arbetstagarnas rättigheter respekteras och säkerställa att hela vår värdekedja utvecklas inom en lön som man kan leva på.

##### Mångfald, rättvisa och inklusion

Se till att hela vår värdekedja är fri från diskriminering och har en inkluderande miljö, där alla individer behandlas rättvist, med respekt och har lika tillgång till möjligheter och resurser.



**Stockmanns** nya hållbarhetsstrategi har uppdaterats för 2022–2025, som är i linje med den kundorienterade affärsstrategin och styr mot en resurssmart affärsverksamhet. Med resurssmart affärsverksamhet avses en smart användning av tillgängliga resurser; ekonomiska resurser, personalresurser och kompetens eller råvaror. Stockmanns hållbarhetsstrategi baserar sig på hållbarhetslöftet. De uppställda målen fastställer hållbarhetsarbetets framtid och styr den dagliga verksamheten. Målet är att ytterligare öka sortiment som baserar sig på hållbara material och produkter och att fortsätta det målmedvetna arbetet för att främja inköpskedjornas hållbarhet. Utöver egna mode- och hushållsmärken erbjuds kunderna såväl inhemska och internationella kvalitetsvarumärken och tjänster som stöder en hållbar konsumtion.

I anslutning till Stockmanns strategiska process för hållbarhetsarbetet genomfördes en omfattande intressentenkät i alla verksamhetsländer. Resultaten av väsentlighetsanalysen fungerar som grund för utformningen av strategin och den fortsatta utvecklingen av hållbarhetsarbetet. Målen för Stockmannsdivisionens hållbarhetsstrategi och de relaterade åtgärderna indelades i tre prioriterade områden, som anger kursen för det kommande hållbarhetsarbetet. Indikatorer har fastställts för respektive mål, och de möjliggör en fortlöpande uppföljning av hållbarhetsarbetet och analys av utvecklingen. Dessa indikatorer och mål bedöms och preciseras vid behov. Följande tre strategiska prioriteringar bildades utifrån intressentenkäten och väsentlighetsanalysen:



## STOCKMANNS HÅLLBARHETS- STRATEGI 2022–2025

### Mot en resurssmart detalj- handel

#### ANSVAR FÖR MILJÖN

Vi vidtar aktivt nya miljömässiga åtgärder för att befästa en hållbar värdekedja och stödja arbetet mot klimatförändringen i all verksamhet, och vi inför cirkulär ekonomi som en växande aspekt i vårt sortiment och våra tjänster.

- En miljömässigt hållbar värdekedja
- Åtgärder mot klimatförändringen
- Cirkulär ekonomi som en växande aspekt i vårt sortiment och våra tjänster

#### ETISKT ANSVAR OCH SAMARBETE

Vi främjar meningsfulla arbetstillfällen på våra arbetsplatser och utvecklar konstant åtgärder för att säkerställa att våra arbetsplatser är jämställda, mångsidiga och säkra i hela vår verksamhet och i leveranskedjan.

- Kundorienterat meningsfullt arbete
- Jämställda, mångfaldiga, inkluderande och säkra arbetsplatser
- Säkerställande av etiska leveranskedjor

#### LÖNSAM OCH HÅLLBAR AFFÄRSVERKSAMHET

Vi säkerställer en lönsam, hållbar och stabil avkastning samt skapar mervärde för alla intressenter genom att bemöta kundernas behov och agera enligt god bolagsstyrning och krav samt kommunicera på ett transparent sätt.

- Hållbar och stabil avkastning till ägare genom att skapa mervärde för alla intressenter
- Säkerställande av en lönsam affärsverksamhet genom att bemöta kundernas behov
- Transparent kommunikation och god bolagsstyrning

RESOURCE-WISE RETAIL BUSINESS  
RESOURCE-WISE RETAIL BUSINESS



# 3 HÅLLBARHETS- LEDNING

Hållbarhetsarbetet inom Stockmannkoncernens divisioner baserar sig på FN:s mål för hållbar utveckling, koncernens hållbarhetsåtaganden och divisionernas vision, strategi, värderingar och väsentlighetsanalys. Divisionernas hållbarhetsstrategier och mål utvärderas regelbundet med Stockmannkoncernens styrelse i anslutning till strategiprocessen för affärsverksamheten. Dessutom följs det övergripande hållbarhetsarbetets framskridande upp i samband med den årliga hållbarhetsrapporteringen och med kortare intervall till exempel när det gäller ekonomiska mål och utvecklingsprojekt i styrelsens och dess kommittéer. Hållbarhetsrisker identifieras och behandlas som en del av företagets riskhanteringsprocess, och även styrelsen och dess revisionskommitté deltar i arbetet. Stockmannkoncernens direktör för juridiska ärenden ansvarar för koncernens riskhantering.

Divisionerna uppdaterar regelbundet sina hållbarhetsstrategier och utför en ny väsentlighetsanalys för varje strategiperiod, i allmänhet med 2–3 års intervall. Implementeringen av hela strategin uppföljs halvårsvis och, ifråga om respektive etappmål, månatligen, halvårsvis eller årligen i anslutning till den normala ledningen av affärsverksamheten beroende på målet i enlighet med den grundläggande principen som fastställdes 2020. Styrelsen ser årligen över strategin i strategiprocessen, likaså implementeringen av hållbarhetsstrategin vid årsskiftet i samband med årsredovisningen. Både styrelsens revisionskommitté och styrelsen går igenom de viktigaste hållbarhetsindikatorerna i styrelsens verksamhetsberättelse, och dessutom har revisionskommittén och styrelsen tillgång till koncernens hållbarhetsrapport.

Integrationen av hållbar utveckling i bägge divisionernas strategi är teamarbete som kräver engagemang, kreativitet och resurser. Beaktandet av planetära och mänskliga faktorer i alla operativa beslut har varit en central del av omvandlingen av Lindex under den senaste tiden. Även Stockmann har i och med

organisationsreformerna börjat utveckla en operativ modell som främjar hållbar verksamhet genom hela organisationen och i alla verksamhetsländer. Kursen är korrekt, men på grund av divisionens finansiella läge och saneringsprogrammet sker införandet av den nya operativa modellen långsammare.

**Lindex** ledningsgrupp ansvarar tillsammans med hållbarhetsteamet för hållbarhetsarbetets generella riktning, mål och strategi inom divisionen. Lindex hållbarhetsarbete styrs från huvudkontoret i Göteborg. Lindex styrelseordförande ansvarar för konsekvenser för de mänskliga rättigheterna. Lindex chef för hållbarhet hör till Lindex ledningsgrupp och rapporterar direkt till

divisionens vd. Med stöd av företagsansvarsteamet ansvarar hållbarhetschefen för hållbarhetsarbetets inriktning och övergripande strategi. Företagsansvarsteamet säkerställer att målen är vetenskapligt ställda och att Lindex strategi baserar sig på väsentlighet. Teamet stöder hela organisationen i implementeringen av strategin för hållbar utveckling, ansvarar för utvecklingen av Lindex hållbarhetsarbete och samarbetar intensivt med hållbarhetsteamerna för produktion på inköpskontoren. Respektive avdelning och verksamhetsland utför hållbarhetsarbete enligt ledningsgruppens riktlinjer, mål och strategi.

## KONCERNENS ADMINISTRATIONSSTRUKTUR OCH HÅLLBARHETSFUNCTIONER

BOARD OF DIRECTORS	<b>STOCKMANN PLC</b> Board of Directors Chair of the Board	
GROUP MANAGEMENT	<b>STOCKMANN GROUP MANAGEMENT TEAM</b> <b>Chair:</b> Chief Executive Officer, Stockmann Group	
BUSINESS UNITS	<b>STOCKMANN DIVISION</b> Leadership Team <b>Chair:</b> Stockmann Division CEO <b>Sustainability representative:</b> Chief People, Communication and CSR Officer	<b>LINDEX DIVISION</b> Management Team <b>Chair:</b> Lindex Division CEO <b>Sustainability representative:</b> Director of Sustainability
SUSTAINABILITY FUNCTIONS	<b>Stockmann Corporate Sustainability Team</b>  Director, Communications, CSR and IR Manager, CSR	<b>Lindex Corporate Sustainability Team</b>  Strategic Lead Circularity & Environmental  Sustainability Strategic Lead Human  Rights & Women Empowerment
		<b>Lindex Regional Sustainability Team</b>  Regional Sustainability Manager, East Asia  Regional Sustainability Manager, Turkey  Regional Sustainability Manager, South Asia

**Stockmanns** ledningsgrupp godkänner hållbarhetsstrategins prioriteringar, mål och åtgärder på divisionsnivå samt implementerar dem med stöd av normala ledningssystem. Stockmanns enhet för kommunikation, hållbarhet och investerarelationer ansvarar för väsentlighetsdefinitionerna, hållbarhetsstrategin, målen och indikatorerna. Kommunikationsenheten ansvarar också för utvecklingen,

## UPPFÖRANDE- KODEN

*Stockmannkoncernens uppförandekod (Code of Conduct) fastställer agerandet för alla medarbetare och ledningen. Stockmann förutsätter också att dess varuleverantörer och övriga samarbetspartner iakttar dessa principer som utgår från:*

- Iakttagande av lagstiftning och etiskt agerande
- Fri konkurrens och konsumenträttigheter
- Medarbetare och arbetsförhållanden
- Miljö
- Korruption och intressekonflikter

Dessa principer kompletteras och preciseras dessutom av:

- Stockmanns principer mot korruption
- Stockmanns principer för mänskliga rättigheter

*Stockmannkoncernens uppförandekod:  
<https://www.stockmanngroup.com/en/code-of-conduct>*

samordningen och rapporteringen av hela koncernens hållbarhetsarbete tillsammans med bolagets ledning och enheternas experter.

Ledningsgruppen följer upp hållbarhetsåtgärdernas framskridande halvårsvis. I praktiken sker uppföljningen av det dagliga hållbarhetsarbetet i anslutning till respektive funktions operativa verksamhet.

Stockmanns hållbarhetsstrategi har integrerats i bolagets affärsstrategi, och därefter har enheterna och ledningsgruppen ansvarat för genomförandet och uppföljningen av den. Stockmanns ledningsgrupp ansvarar för hållbarhetsstrategins mål och prioriteringar. Hållbarhetsarbetets framskridande uppföljs halvårsvis av ledningsgruppen. I praktiken sker uppföljningen av hållbarhetsarbetets framskridande i anslutning till respektive enhets operativa verksamhet. Dessutom godkänner ledningsgruppen rekommendationer och hållbarhetsprojekt som omsätts i praktiken genom de normala ledningssystemen. Stockmanns ledningsgrupp tillsätter vid behov arbetsgrupper för att bereda eller fatta beslut eller ta upp frågor. Dessutom sammanträder bland annat Stockmanns styrgrupp för miljöledningssystemet regelbundet och följer upp teman inom miljöledning enligt ISO 14001-certifikatet i Stockmanns alla funktioner i Finland.

## ANMÄLNINGSMEKANISMER

Bolaget har i bruk en anmälningskanal (whistleblowing channel) som upprätthålls av en utomstående leverantör och som personalen, samarbetspartner och andra intressenter kan använda för att anonymt rapportera om brott eller misstankar om brott mot koncernens verksamhetsprinciper eller andra instruktioner. Personalen kan anmäla sina misstankar även till sin närmaste chef, enhetens säkerhetschef, koncernens direktörer, avdelningen för lagärenden eller den interna revisionen. Alla anmälningar tas på allvar och behandlas konfidentiellt. Avvikelse rapporteras till den interna revisionen



och till direktören för juridiska ärenden, och de rapporterar till styrelsens revisionskommitté. Eftersom eventuella avvikelser och oetiskt agerande kan skada affärsverksamheten och intressentrelationerna, tas avvikelser alltid på allvar.

Under 2022 rapporterades ett fall inom Lindex (inte korruption) via kanalen. Fallet undersöktes och relevanta interna utredningar gjordes, men de föranledde inte fortsatta åtgärder. Stockmannkoncernens direktör för juridiska ärenden följer efterlevnaden av lagstiftningen och de etiska principerna i affärsverksamheten och startar vid behov en intern revisionsprocess för hantering av olägenheter.

# 4 VÄSENTLIGHET OCH SAMARBETE MED INTRESSENTER

## VÄSENTLIGHET

Stockmannkoncernens hållbarhetsöversikt omfattar koncernens verksamhet. Bolagets rapporteringssegment är Stockmann och Lindex. Stockmanns dotterbolag Lindex publicerar ytterligare information om sitt hållbarhetsarbete på [lindex.com](https://www.lindex.com). När det gäller miljötillstånd rapporteras även information om hyresgäster på Stockmanns varuhusfastigheter. Leveranskedjan behandlas i den omfattning som väsentlighetsanalysen fastställer. GRI-indikatorerna har valts utifrån deras väsentlighet, och de kommer att bli mer heltäckande under de kommande åren. Målet är att rapportera väsentliga nyckeltal för åtminstone Finland och Sverige, eftersom de är våra huvudmarknader enligt omsättning och personalstyrka. På grund av skillnader i rapporteringspraxis mellan Stockmannkoncernens enheter rapporteras vissa nyckeltal för personalen och miljön endast för Finlands del. Mät- och kalkylmetoderna beskrivs i anslutning till ifrågavarande nyckeltal. Rapporteringen och processerna utvecklas kontinuerligt för att motsvara förändringarna i regelverken och intressenternas förväntningar.

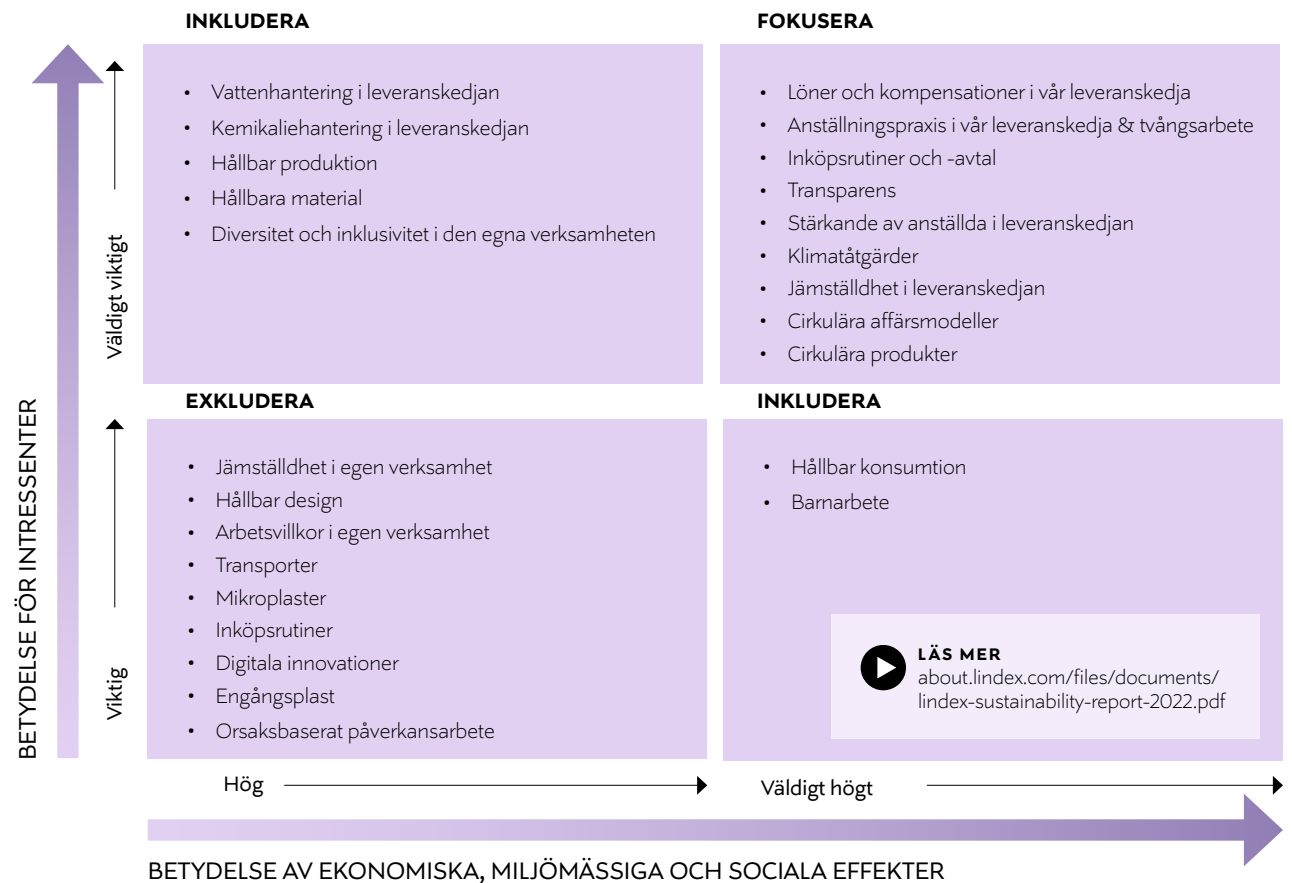
## LINDEX

Lindex genomförde en heltäckande intressentenkät år 2021. Målet var att samla in respons av intressenterna angående de prioriterade ESG-områdena för att kartlägga Lindex rapportering och strategiska engagemang för väsentliga aspekter. I responsprocessen deltog via en enkät, intervjuer och en kvalitativ responskanal sammanlagt 21 representanter för olika intressenter och över 500 kunder; Lindex styrelseledamöter och ledningsgrupp, franchisingföretag, leverantörer, kunder, forskare och representanter för 16 organisationer relaterade till

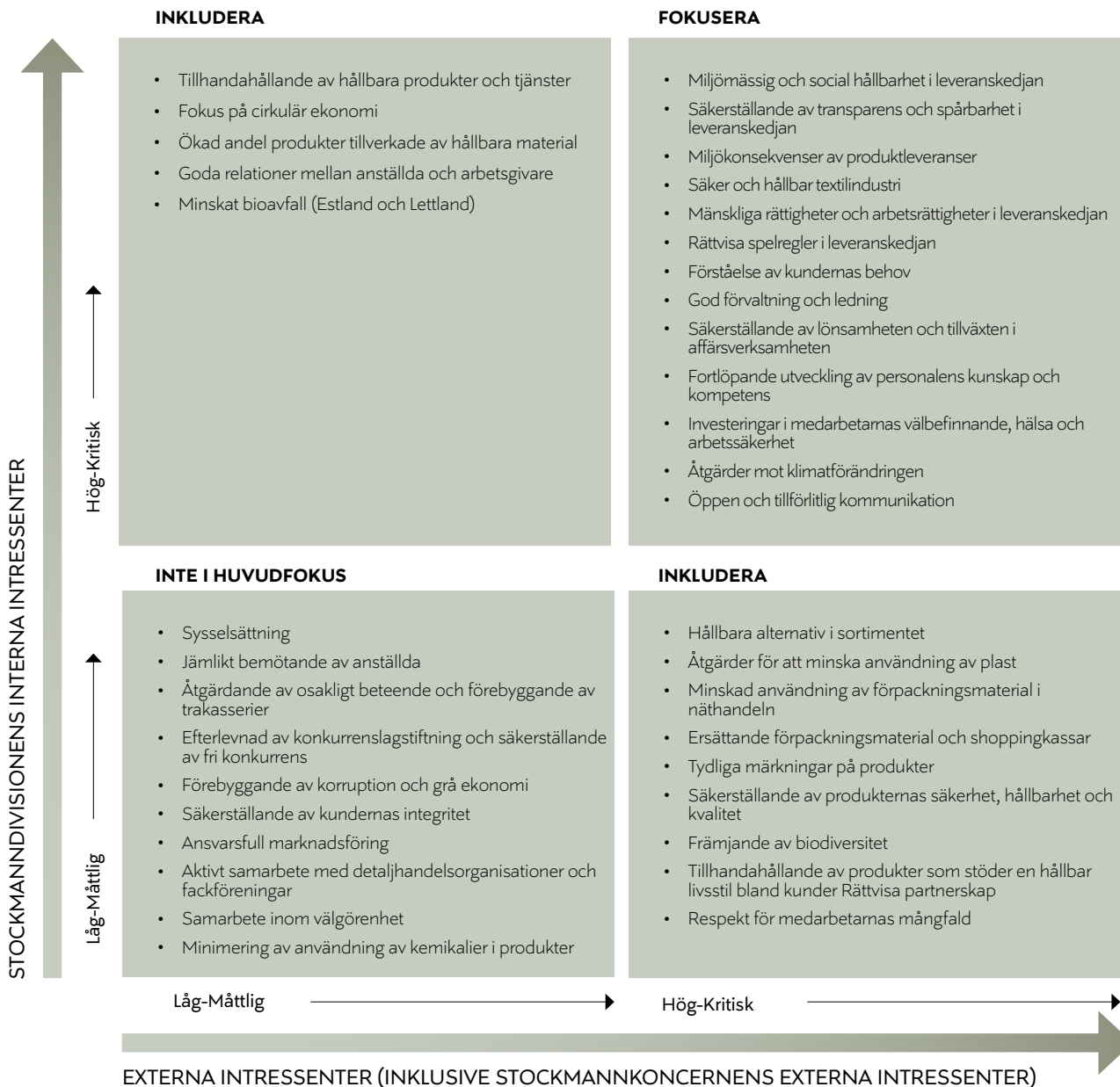
intressebevakningsgrupper, tillsynsmyndigheter, statliga ämbetsverk, finansbolag och fackförbund.

Resultaten av väsentlighetsanalysen av intressenterna har diskuterats mellan Lindex team, och i tabellen nedan finns en sammanfattning av de viktigaste observationerna. Uppe till höger i tabellen finns områden som är de viktigaste för Lindex intressenter och som beskrivs detaljerat i Lindex hållbarhetsrapport och även i denna rapport på koncernnivå. Områdena uppe till vänster och nere till höger ingår i Lindex rapport, men de har inte getts lika stor synlighet. För att prioritera de mest väsentliga områdena i rapporten framhävs inte områdena nere till vänster i

rapporten, med undantag för teman som var antingen mycket viktiga med tanke på strategin (till exempel hållbar planering) eller krävde uppmärksamhet på grund av den globala kontexten (till exempel trafik). I rapporteringen ingår också temat ”digitala innovationer”, eftersom det ansågs ha en ökande strategisk betydelse på grund av den föränderliga digitala framtidsbilden och upplevdes vara ett aktuellt tema bland intressenterna under de kommande åren. Ytterligare information finns i väsentlighetsavsnittet Rapportens bakgrund i Lindex rapport om hållbar utveckling år 2022.







## STOCKMANN

I anslutning till strategiprocessen för hållbarhetsarbetet genomfördes en omfattande intressentenkät under Q2/Q3 2021 som omfattade alla intressenter i länder där Stockmann har verksamhet. I det första skedet kartlades intressenternas synpunkter och förväntningar relaterade till hållbarhetsarbetet bland personalen, kunderna, investerarna, finansierarna, samarbetspartnerna, myndigheterna och organisationerna genom en omfattande nätenkät. Närmare 1 000 intressenter deltog i det första skedet. Utifrån resultaten fördjupades bilden genom djuplodande intervjuer med representanter för de viktigaste intressenterna. Responsen kompletterades dessutom med en konsumentundersökning i vilken 760 kunder och andra personer deltog i. Utifrån resultaten skapades en väsentlighetsmatris som jämfördes med bolagets strategi och operativa miljö.

Denna hållbarhetsstrategi är en del av reformen av CSR-strategiprocessen under 2022-2025. Väsentlighetsanalys är fortlöpande verksamhet inom Stockmann, och därför prioriterar vårt hållbarhetsarbete också ESG-teman som är de väsentligaste för oss med beaktande av FN:s mål för hållbar utveckling. Utöver den fortlöpande dialogen med intressenter och marknadsanalyser uppdaterade vi utvecklingsobjekt och indikatorer som är väsentliga för rapporteringen så att de motsvarar hållbarhetsmålen. Resultaten av väsentlighetsanalysen fungerar som grund för utformningen av strategin och den fortsatta utvecklingen av hållbarhetsarbetet. Prioriteringarna för hållbarhetsstrategin bildades utgående från intressentenkäten och väsentlighetsanalysen.

## STYRELSENS PROCESS FÖR GODKÄNNANDE

Eftersom Stockmannkoncernen för närvarande saknar en gemensam egentlig hållbarhetsstrategi, har synpunkterna hos Stockmannkoncernens intressenter och styrelse beaktats i väsentlighetsprocessen inom Stockmanndivisionen. Styrelsens representanter har deltagit i väsentlighetsprocessen utifrån resultaten av Stockmanndivisionens omfattande nätenkät i samband med djuplodande intervjuer där de preliminära resultaten har behandlats och fördjupats. Stockmanns styrelse behandlade divisionernas hållbarhetsstrategier och prioriteringar samt risker i anslutning till strategiprocessen våren 2022.

Vårt hållbarhetsarbete

Hållbar affärsverksamhet

Miljömässig hållbarhet

Social hållbarhet

Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index

## INTRESSENT-SAMARBETE

*Stockmannkoncernen för en aktiv och fortlöpande dialog med sina intressenter för att stärka relationerna och i högre grad förstå de förväntningar och önskemål som ställs på koncernen. Koncernen har identifierat de fem viktigaste intressenterna, som har den största inverkan på affärsverksamheten och som affärsverksamheten påverkar mest.*

INTRESSENT	VÄXELVERKAN	INTRESSENTERNAS VIKTIGASTE INTRESSEOBJEKT OCH BEKYMMER 2022	BEMÖTANDE AV INTRESSENTERNAS FÖRVÄNTNINGAR
<p><b>KUNDER</b> Kunderna är en särskilt viktig intressent för Stockmannkoncernen.</p>	<p>Dialoger i varuhusen, i modebutikerna, på de digitala handelsplatserna samt på evenemang, i kundtjänsten (e-post, telefon, chatt, sociala medier), i kundenkäterna, utvecklingsprojekten och kundpanelerna, marknadsföringskommunikationen, stamkundssystemet, kundtidningen, stamkundsbreven, kanalema i sociala medier, mobilappen, pressmeddelandena och influencers i sociala medier.</p>	<p>Kundservice och -belåtenhet, kundintegritet och hälsosäker shopping, använda material och kemikalier i produkter, arbetsförhållanden och avlöning i leveranskedjan, djurens välbefinnande, förpackningsmaterialen i beställningar från nätbutiken och indelning i flera leveranser, hållbara produkter i sortimentet, reform av stamkundsprogrammet och dess förmåner, Rysslands anfallskrig i Ukraina. I Lindex verksamhet dessutom kvinnor och lokalsamhällen samt digitala innovationer, vars strategiska betydelse ökar på grund av den föränderliga digitala miljön.</p>	<p>Vi utvecklade vår verksamhet och förnyade våra stamkundssystem för att i högre grad bemöta kundernas förväntningar. Vi utvecklade sortimentets hållbarhet och anpassade vår verksamhet till coronaviruspandemin, vi erbjöd möjligheter att delta i välgörenhetsarbete via partnerskap 2022 och reagerade omedelbart på Rysslands anfallskrig i Ukraina genom att sluta sälja produkter med ryskt ursprung på Stockmanns varuhus och i nätbutiken, avbryta varuexporten till Ryssland och erbjuda ukrainska medborgare arbetstillfällen i Stockmannndivisionens alla verksamhetsländer och visa vårt stöd på varuhusen och i sociala medier. År 2022 genomförde vi en hållbarhetsenkät riktad till Stockmannndivisionens kunder för att utveckla verksamheten.</p>
<p><b>PERSONAL</b> Stockmannkoncernen värdesätter sin personal och dess engagemang för bolaget. Fokus ligger på fortlöpande förbättring av arbetsmiljön och utveckling av dialogen med medarbetarna.</p>	<p>Personliga utvecklingssamtal och gruppsamtal, personalenkäter, personalnämnden, samarbete, omställningsförhandlingar, evenemang, workshops och intranät, Teams.</p>	<p>Personalens välbefinnande och säkerhet, arbetsmotivation och stressnivå, fortlöpande inläring, professionell utveckling och karriär, omsorg om personalen, ökad DEI-förståelse, moderna samarbetsplattformar och kommunikationskanaler, miljöfrågor, hållbara produkter, återvinning av textilier, material, produktionsprocesser, cirkulär ekonomi, hantering av vattenförbrukning i leveranskedjan, djurens välbefinnande, konsekvenser av Rysslands anfallskrig.</p>	<p>Personalen deltog i utvecklingen av verksamheten inom bägge divisionerna i anslutning till den fortlöpande dialogen och utvecklingsprojekten. Stockmannndivisionen förnyade sin affärsmodell och vidareutvecklade utvecklingsförslag i alla team och i separata workshops. Dessutom fick vi respons av medarbetarna via personalenkäter och andra kanaler för intern kommunikation, såsom Teams grupparbetsplattformar. Personalen introducerade ukrainare i arbetsuppgifter och gavs möjlighet att visa sitt stöd för Ukraina med landets flagga eller motsvarande emblem på arbetsdräkten.</p>
<p><b>AKTIEÄGARE OCH INVESTERARE</b> Stockmannkoncernen vill vara ett intressant och eftertraktat investeringsobjekt på kapitalmarknaden.</p>	<p>Börsmeddelanden, pressmeddelanden, finansiella rapporter, årsredovisning, koncernens webbplats, webcasts, regelbundna möten med investerare, bolagsstämman, enkäter samt kanaler i sociala medier.</p>	<p>Ekonomisk utveckling och förmåga att vända kursen för bolaget, genomförandet av strategin, aktiekursutveckling, utdelning, hållbar affärsverksamhet, ESG-klassificeringar samt nöjdhet bland kunder och medarbetare.</p>	<p>Vi kommunicerar öppet och transparent med våra intressenter. Vi svarade bland annat på CDP-enkäten (Carbon Disclosure Project), CoP och flera hållbarhets- och ESG-enkäter.</p>
<p><b>VARU- OCH TJÄNSTELEVERANTÖRER</b> Leverantörerna har en nyckelroll med tanke på det fortlöpande arbetet för hållbarhet och lönsamhet. Alla varuleverantörer förväntas iaktta Stockmannkoncernens uppförandekod.</p>	<p>Möten, förhandlingar, workshoppar, samarbetsprojekt och -kampanjer, fabriksbesök och -inspektioner, nätsidor, leverantörsenkäter.</p>	<p>Utveckling av sortimentet tillsammans med varu- och tjänsteleverantörer, implementering av hållbarhetsmål och -initiativ i affärsverksamheten, framlyftande av hållbarhetsteman, material, produktionsprocesser, arbetsrutiner, transparens, främjande av kvinnors ställning, hantering av vattenförbrukningen.</p>	<p>Vi förde en aktiv dialog med inköpskontoren och tjänsteleverantörerna för att beakta varuleverantörernas läge och säkerhet. Lindex lanserade verktygsbacken We women för att främja jämställdhet och inklusivitet i sin inköpskedja.</p>
<p><b>MYNDIGHETER OCH ORGANISATIONER</b> Vi samarbetar och för en fortlöpande dialog med myndigheter och organisationer för att utveckla vår affärsverksamhet.</p>	<p>Via organisationer, samarbetsprojekt, projekt, samarbetsmöten, deltagande i enkäter, välgörenhetsarbete, webbplats och årsredovisning.</p>	<p>Risker relaterade till miljö och mänskliga rättigheter i inköpskedjan, ledning av inköpskedjan och transparens, laginitiativ till omsorgsskyldighet avseende mänskliga rättigheter, planering och inköpsrutiner, produktionsprocesser, arbetsrutiner i den egna verksamheten, djurens välbefinnande, användning av plast, cirkulär ekonomi, iakttagande av föreskrifter och anvisningar.</p>	<p>Vi svarade på förfrågningar, gav intervjuer och fortsatte dialogen med myndigheter och organisationer. Vi deltog i flera välgörenhetskampanjer.</p>

# 5 HÖJDPUNKTER I VÅRT HÅLLBARHETSARBETE

År 2022 främjade **Stockmannkoncernen** systematiskt hållbarhetsarbetet enligt divisionernas mål. Koncernens CO<sub>2</sub>-kalkyler förnyades under 2022. Beräkningen har utvidgats i syfte att motsvara SBTi-kraven så att den omfattar de väsentligaste områdena i koncernens verksamhet. Syftet med förnyelsen är att utveckla processerna, och uppmärksamhet har fästs vid den insamlade informationens kvalitet och verifierbarhet med beaktande av de kommande förändringarna i regleringen.

Lindex lanserade också varumärket **Female Engineering**, som erbjuder innovativa tekniska underkläder som kan återvinnas. Omsorgsfullt valda topeffektiva partner ansvarar för tillverkningen. Dessutom äger Lindex fortfarande majoriteten av Spacerpad AB, som strävar efter att utveckla innovativa och återvinningsbara produkter för länder med en låg inkomstnivå och göra det möjligt för så många flickor och kvinnor som möjligt att hantera menstruationsfattigdom.

**Lindex** utvidgade pilotprojekten för secondhandkläder för barn till nät- och popup-butiker. I anslutning till Sodra-pilotprojektet och främjandet av cirkulär ekonomi reserverade Lindex 250 ton av materialet OnceMore® som tillverkats av textilavfall och som också innehåller material från hållbart odlade skogar. Materialet bearbetas till cirka en miljon klädesplagg. Lindex började endast använda transport- och försäljningsförpackningar som till 100 procent består av återvunnet material och som kan återvinnas på nytt.

Lindex har i samarbete med **WaterAid** byggt och sanerat 20 sanitetsutrymmen för anställda inom klädproduktion och deras familjer.



Till cancerforskning har Lindex tillsammans med sina kunder donerat 19,3 miljoner euro i samarbete med kampanjen Rosa bandet och Cancerstiftelsen. Lindex ledningssystem WE Women har utöver i Bangladesh och Indien införts i Turkiet. Detta bidrog till att nå ytterligare 3 000 personer på åtta fabriker, varav 1 900 är kvinnor.





**Stockmann** innehar en central roll i främjandet av modeller som stöder en hållbar konsumtion och cirkulär ekonomi i egenskap av en mode- och varuhusaktör och kan således bidra till positiva förändringar genom sin verksamhet. Stockmann fokuserar på hög kvalitet i hela sortimentet och på att skapa en hållbar stil för kunderna, vilket innebär att produkternas livscykel ska vara så lång som möjligt.

Redan i flera år har ansvarsfulla och hållbara material och alternativ inom såväl egna varumärken som det totala utbudet varit ett centralt planeringskriterium i Stockmanndivisionens varu- och servicesortiment. Framöver kommer Stockmann att satsa allt mer på sortiment och tjänster som stöder cirkulär ekonomi. Målet är att öka andelen hållbart producerade produkter i sortimentet och att vidareutveckla de egna varumärkenas kollektioner så att de motsvarar kundernas förväntningar och föränderliga krav.

I kollektionerna används högklassiga, hållbart producerade material som tål tid och underhåll. I planeringen av Stockmanns egna produkter beaktas utöver kunders preferenser och högklassiga material även bland annat materialeffektivitet, underhåll av produkter och möjlighet att reparera dem, vilket för sin del förlänger produkternas livscykel. Möjligheten att återvinna produkter beaktas i planeringen så att olika material kan separeras för att producera nya råvaror av dem. Dessutom satsar Stockmann på att förlänga produkternas livscykel genom att bland annat tillhandahålla skräddar-, tvätter- och skomakartjänster samt modeservice som hjälper kunder att skapa en personlig och hållbar stil.

År 2022 kompletterades Stockmannvaruhusens sortiment med flera nya hållbara kollektioner som kunderna eftertraktar allt mer. Även inom naturkosmetik lanserades nya varumärken och närproducerade produkter som fokuserar på en hållbar produktion och materialanvändning genom att bland annat använda förpackningar som kan fyllas på och återvinnas samt råvaror från industriella biflöden.

Cirkulär ekonomi har fått en allt mer central roll i Stockmanns hållbara affärsverksamhet. I januari 2022 startades ett **pilotprojekt för att återvinna trasiga textilier** tillsammans med Helsingforsregionens miljötjänster (HRM), vilket är ett konkret exempel på främjandet av cirkulär ekonomi. Utöver

främjandet av miljöansvar och resurseffektivitet stöder pilotprojektet också cirkulär ekonomi i Finland. Alla trasiga textilier som insamlas på de fyra varuhusen i huvudstadsregionen bearbetas och utnyttjas i Finland. Efter förbehandlingen transporteras textilier som kan utnyttjas till norra Europas största förädlingsanläggning för uttjänta textilier i Pemar. Under 2022 insamlades 29 634 kg uttjänta textilier på Stockmannvaruhusen. Pilotprojektet fick ett gott bemötande av kunderna och projektet kommer att fortsätta på de fyra verksamhetsställena. En motsvarande textilinsamling genomförs på Stockmannvaruhuset i Åbo under Q1/2023. Dessutom pågår förhandlingar med en lokal aktör i Tammerfors.

I december 2022 öppnades en Relove secondhandbutik på Stockmanns varuhus i Tammerfors i anslutning till



Stockmanns modestrategi. Den gör secondhandmode mer tillgängligt för alla. Relove har funnits på Stockmanns varuhus i Helsingfors redan i ett år och har blivit populärt bland kunder som en butik med högklassigt secondhandmode.

Stockmann deltar i programmet **Circular Design** – utvecklingsväg mot en cirkulär ekonomi, som är den första helheten som riktar sig till företag i Finland. Programmet fokuserar på designprinciper som är förenliga med cirkulär ekonomi och på praktiska lösningar. Stockmanns mål är att vidareutveckla sin operativa modell samt produkt- och servicedesign enligt principerna för cirkulär ekonomi. För genomförandet ansvarar bland annat Design Forum Finland och Finlands miljöministerium. Programmet, som genomförs under 2023, utgör en del av Finlands nationella program för cirkulär ekonomi.

## ANSVARSFULL AFFÄRS- VERKSAMHET

Vi är engagerade att följa principerna för god bolagsstyrning och vi agerar i enlighet med vår uppförandekod. Vårt mål är att skapa mervärde för alla 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.



Stockmannkoncernen har inga egna fabriker eller produktionsanläggningar, utan de egna märkesprodukterna tillverkas av kontraktstleverantörer. Verksamheten medför miljömässiga och sociala konsekvenser i avtalsleverantörernas tillverkningsländer och länder som levererar råvaror. Nära samarbete med partner förbättrar kvaliteten och transparensen samt ökar hållbarhetskompetensen i hela inköpskedjan. Vid valet av varuleverantörer uppmärksammas flera olika kriterier. De viktigaste kriterierna är att möta Stockmannkoncernens behov, leverantörens know-how och leveransförmåga, kvalitet, pris och ansvar, särskilt när det gäller arbetsförhållanden och miljöfrågor samt möjlighet till långsiktigt samarbete. Alla fabriker ska uppfylla Stockmannkoncernens startkrav och förbinda sig till den gemensamma uppförandekoden och kontinuerlig förbättring. Lindex har 89 direkta varuleverantörer i riskexponerade länder och Stockmann 80. Lindex gör direkta inköp från 144 och Stockmann från 118 produktionsanläggningar i riskexponerade länder.



En hållbar och transparent inköpskedja är en prioritering för Stockmannkoncernens bägge divisioner. I Stockmanns verksamhet är inköpskedjan förknippad med betydande aspekter inom social hållbarhet till exempel när det gäller arbetsförhållanden och -säkerheten. Textilindustrin medför också betydande konsekvenser relaterade till miljön, energi- och vattenförbrukningen samt biodiversiteten. Rapporteringen om inköpskedjan baserar sig på riskbedömning och bolagets påverkningsmöjligheter. Stockmann fokuserar särskilt på utvecklingen av hållbarhet i de egna varumärkenas leveranskedjor, eftersom det kan bolaget påverka mest. Dessutom för Stockmann en aktiv dialog med olika samarbetspartner och varuleverantörer.

Intressenterna visar ett ökande intresse för arbetet i inköpskedjan. Det ökade intresset är synligt i bland annat intressenternas frågor kring inköpspraxisen, tillverkningsländerna, uppförandekoden gentemot varuleverantörerna samt mänskliga rättigheterna inklusive lön som går att leva på, föreningsfriheten och spårbarheten. Alla varuleverantörer förväntas förbinda sig till Stockmanns uppförandekod eller uppvisa förbindelser med liknande koder. Hållbarhetsfrågor diskuteras i samband med inköpsförhandlingar och och då leveransavtal ingås. Största delen av Stockmannvaruhusens utbud utgörs av kända internationella och inhemska märkesprodukter. Dessutom finns det ett brett sortiment av egna varumärken som designats av Stockmann Design Studio. Så gott som alla produkter som Lindex säljer är bolagets egna varumärken.

#### FRAMSKRIDANDE:

**Lindex** har vidareutvecklat sin verksamhet för att förbättra leveranskedjans hållbarhet, och under 2022 intensifierades arbetet relaterat till vatten. Lindex har vidtagit särskilda åtgärder i leveranskedjan för att beakta kvantiteten och kvaliteten på rinnande vatten för att förbättra vatteneffektiviteten, minska risken för vattenbrist i produktionsrelaterade regioner, trygga miljön och människors hälsa samt erbjuda vatten och tvättmög-

ligheter på fabriker och i lokalsamhällen tillsammans med sina affärspartner. Läs mer på s. 35

**Stockmanns** enhet Customer Experience and insights inledde verksamheten i februari 2022. Teamets uppgift är att leda utvecklingen och serviceutformningen beträffande kundupplevelser och säkerställa att en relevant syn på kunderna styr affärsverksamhetens planeringsprocesser. Teamet strävar efter att planera och hantera kundupplevelser i alla kontakter mellan företaget och kunderna enligt deras förväntningar. Verksamheten, sortimentet och tjänsterna utvecklas med stort gehör för kunderna. Läs mer på s. 21

#### UTMANINGAR:

Den globala handeln och inköpskedjorna råkade ut för nya oförutsedda stömingar under 2022 till exempel på grund av kriget i Ukraina, energikrisen och inflationen. Dessa utmaningar påverkar leveranskedjor, anställda och mer omfattande strategier för affärsverksamhet och hållbar utveckling. Trots att detta å ena sidan aktualiserar vikten av riskeliminering i allt högre grad blir det å andra sidan viktigt att utveckla nya operativa modeller, som stöder hållbar utveckling med beaktande av sociala och miljörelaterade missförhållanden som leder till översvämningar och katastrofer samt brott mot mänskliga rättigheter i inköpsregioner.

#### UTVECKLING:

Via ledningssystemet We Women erbjuder Lindex i synnerhet kvinnliga anställda en sund och involverande arbetsmiljö, där det inte förekommer trakasserier eller könsrelaterat våld. Avsikten är att införa programmet i Lindex hela leveranskedja fram till 2025. Läs mer på s. 19

I och med Stockmanns nya organisationsmodell kommer processer och samarbetsrutiner att utvecklas i riktning mot en allt mer resurseffektiv verksamhet inom både divisionen och koncernen.



## 6 LEDNING AV EN HÅLLBAR INKÖPSKEDJA

**Stockmannkoncernen** respekterar och främjar alla mänskliga rättigheter, såsom de 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 anses vara liten enligt amfori BSCI:s klassificering av högriskländer. År 2022 fortsatte Stockmann att genomföra ett projekt som anknyter till omsorgsskyldigheten (due diligence) och som bedömer hur väl de mänskliga rättigheterna respekteras i Lindex försäljnings- och franchisingländer samt bland de viktigaste intressenterna.

### INKÖSPRAXIS OCH DE VIKTIGASTE VARULEVERANTÖRERNA

**Stockmannkoncernen** har fem lokala inköpskontor i Bangladesh, Hongkong, Indien, Kina och Turkiet. Av dem samarbetade Stockmanndivisionen med inköpskontoren i Kina, Indien, Turkiet och Bangladesh. Inköpskontoren innehar en nyckelställning i utvecklingen av arbetsförhållanden och identifiering av risker. Inköpskontoren sysselsätter sammanlagt 118 (118) arbetstagare, och deras uppgift är att övervaka inköp och produktion. Inköpskontoren kontrollerar alla fabrikers rutiner innan order inlämnas. Efter den initiala kontrollen fortsätter det systematiska hållbarhetsarbetet. Cirka 94 procent av Lindex produkter köptes via inköpskontor. Bland varuleverantörer som tillverkar Stockmanns egna modemärken var 51 procent (51) så kallade direkta leverantörer och 49 procent (49) aktörer som levererade via inköpskontoren.

Stockmanns lokala hållbarhetsexperten utbildar och stöder varuleverantörer och fabriksägare när det gäller iakttagandet av uppförandekoden och miljökraven. De utför också revisioner som kan meddelas på förhand eller utföras utan

förhandsbesked. Dessutom besöker lokala produktions- och kvalitetsövervakare regelbundet produktionsenheter för att säkerställa att produktionsförhållandena motsvarar koncernens krav, och rapporterar eventuella överträdelser av uppförandekoden.

Utöver fabriksinspektioner och utbildning används ett resultatkort för att bedöma varuleverantörernas verksamhet. Kortet utgör grunden för utvecklingsarbetet. Utifrån resultatkortet bedöms leverantörerna två gånger om året. Indikatorerna utgörs av bland annat hållbarhet och affärsverksamhetens prestanda. Varuleverantörerna poängsätts utifrån bedömningen, och de bästa leverantörerna tilldelas mest order.

**Hållbara affärsprinciper** utgör grunden för både Stockmanns och Lindex inköpsrutiner. Alla varuleverantörer måste förbinda sig vid Stockmanns uppförandekod för varuleverantörer, Lindex uppförandekod, SEDEX-standard eller amfori BSC:s uppförandekod kompletterat med Stockmanns egna riktlinjer som fastställs på basis av iakttagna människorätts- och andra risker. Dessa utgörs av bland annat förbud mot vissa sandblåstringsmetoder, iakttagande av djurens grundläggande rättigheter och kemikaliebegränsningar. Bildandet av underleverantörskedjor utan tillstånd är en riskfaktor med tanke på efterlevnaden av uppförandekoden. Leverantörerna ska alltid på förhand informera om anlitan av underleverantörer. I Bangladesh är anlitan av underleverantörer helt och hållet förbjudet på basis av riskanalyser. Stockmannkoncernen har nolltolerans i dessa frågor, vilket innebär att överträdelser av förbudet leder till att beställningarna upphör.

Lindex framgångsrika affärsverksamhet baserar sig på val av affärspartner som delar liknande värderingar där höga etiska standarder upprätthålls som Lindex kan bygga starka relationer med. Strukturen hos Lindex ledningssystem bidrar till att hitta långvariga partners, som delar visionen om en transparent och hållbar modeindustri, strävar efter att överträffa kravenligheten, fokuserar på fortlöpande förbättring och engagerar sig i stärkandet av kvinnor samt har respekt för planeten och de mänskliga rättigheterna.



Stockmannkoncernens uppförandekod är ett grundläggande dokument som styr arbetet med samarbetspartner i leveranskedjan. Lindex uppförandekod baserar sig på Lindex värderingar och anger förväntningarna på implementeringen av dem på arbetsplatserna. Enligt koden ska samarbetspartnern agera ärligt och etiskt genom att iakttä alla lagstiftning och alla regelverk samt alltid undvika faktiska, eventuella eller uppenbara intressekonflikter. Uppförandekoden baserar sig på Ethical Trading Initiatives grundläggande ETI-kod, och den omfattar de grundläggande kraven för bland annat löner, arbetsförhållanden och föreningsfrihet. Lindex har dessutom kompletterat koden genom att stärka förväntningarna på jämställdhet i leverantörernas lokaler.

I enlighet med FN:s mål för hållbar utveckling strävar Lindex efter att främja jämställdheten såväl på ett nationellt som på ett branschomfattande plan. Handlingsanvisningarna klargör denna prioritering för samarbetspartnern och bidrar till att identifiera och stödja de leverantörer som engagerat sig för att erbjuda alla manliga och kvinnliga medarbetare en stabil arbetsmiljö och som deltar i arbetet för att systematiskt förändra förhållandena. Alla Lindex affärspartner ska leva upp till uppförandekoden.

## REVISIONER AV SOCIALT ANSVAR

**Stockmann** har varit medlem i amfori BSCI (tidigare Business Social Compliance Initiative) sedan år 2005, och samarbetet fortsätter. Amfori BSCI är ett företagsinitiativ, vars medlemmar har förbundit sig att förbättra förhållandena på produktionsanläggningarna i hela världen. Dess uppförandekod baserar sig på internationella avtal. Den innehåller 11 grundläggande regler för arbetslivet som medlemsföretagen och deras affärspartner förbinder sig att iakttä, och dessutom ska de fortlöpande förbättra inköpskedjornas verksamhet enligt reglerna. Stockmannkoncernen informerar aktivt varuleverantörer och tillverkare om amfori BSCI:s uppförandekod och samarbetar med dem för att förbättra arbetsförhållandena i inköpskedjan. 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 parter.

År 2020 började **Lindex** tillämpa SEDEX-standarden i stället för amfori BSCI. Som medlem i Sedex använder Lindex revisionsmetoden SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit). Denna metod valdes, eftersom den fokuserar på jämställdhet, vilket är i linje med Lindex mål och värderingar. Stockmanndivisionen bedömer läget för revisionssamarbetet efter att erfarenheter av förändringen inom Lindex erhållits. Fabriker som anlitas av Lindex granskas regelbundet av både interna och tredje parters revisioner. Samtidigt utvecklar Lindex självutvärderingen och utbildar leverantörer i att bedöma sig själva och rapportera till företaget. Syftet med självutvärderingen är att överföra ansvaret och ägandet till varuleverantörerna och utveckla deras kompetens att förbättra förhållandena utan fortlöpande externt tryck.

Lindex informerar varuleverantörer och produktionsanläggningar direkt om problem som uppdagats vid revisioner av

tredje parter inom ramen för Sedex och kontrollerar att dessa problem åtgärdas under året. Av alla fastställda avvikelser har 253 åtgärdats under år 2022, och samarbetet med leverantörerna och produktionsanläggningarna fortsätter i fråga om åtgärdandet av återstående problem så att de motsvarar kravenligheten.

De största kriterierna för bristfällig efterlevnad (non-compliance) är hälsa, säkerhet och hygien (57 %), löner (16 %), arbetstimmar (15 %), ledningssystem (8 %) och miljö (4 %).

Via ledningssystemet We Women strävar Lindex efter att i synnerhet erbjuda kvinnliga anställda en sund och involverande arbetsmiljö, där det inte förekommer trakasserier eller könsrelaterat våld. Målet för arbetet är att ge kvinnliga anställda samma möjligheter som manliga anställda har, till exempel tillgång till kompetensutbildning och karriärmöjligheter. Lindex har infört WE Women i Bangladesh, Indien och Turkiet, och nu ser Lindex fram emot att införa programmet i Kina. Enligt målet ska programmet införas i Lindex hela leveranskedja fram till 2025. Implementeringen av programmet leds sedan 2021 av Lindex Global Women Empowerment Manager i Bangladesh. Principerna baserar sig på Initiativet för etisk handel, ETI (Ethical Trading Initiative), men principerna fokuserar särskilt på jämställdhet mellan könen och i synnerhet på kvinnors ställning på fabriker. Lindex alla affärspartner ska iakttä dessa principer som infördes i Lindex hela värdekedja fram till slutet av 2021.

Efter varje revision, vare sig det är fråga om en amfori BSCI-revision, en egen revision eller en revision enligt brand- och byggnads säkerhetsavtalet i Bangladesh utarbetas en revisionsrapport och en handlingsplan för att korrigera de upptäckta bristerna. I åtgärdsplanen får varje uppgift ett tidschema, och framskridandet följs upp. Stockmanndivisionens Amfori BSCI-revisioner utförs av internationellt ackrediterade revisionsföretag. Brister som upptäcktes vid revisionerna anknöt till arbetstidskrav och beviljande av en ledig dag efter sju arbetsdagar. Dessutom upptäcktes brister relaterade till hälsa och säkerhet samt ledning och löner.

I maj 2013 anslöt sig Stockmannkoncernen som första företag i Finland till avtalet om brand- och byggnads säkerhet (The Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh). Stockmann hörde också till de första företagen som undertecknade det nya utvidgade internationella fortsättningsavtalet International Accord for Health and Safety in the Textile and Garment Industry. De företag som undertecknat avtalet om hälsa och säkerhet inom kläd- och textilindustrin har förbundit sig att

### ANTAL REVISIONER

	2022	2021	2020	2019	2018
amfori BSCI	<b>44</b>	59	57	115	257
inre	<b>4</b>	18	0	62	66
SA8000 certifikat	<b>7</b>	9	2	8	3
Accord inspektioner	<b>78</b>	34	88	88	145

### AMFORI BSCI-REVISIONER

Score	2022	2021	2020	2019	2018
A = Utmärkt	<b>11 %</b>	10 %	9 %	8 %	8 %
B = God	<b>32 %</b>	17 %	9 %	15 %	9 %
C = Nöjaktig	<b>55 %</b>	70 %	80 %	67 %	70 %
D = Otillräcklig	<b>2 %</b>	3 %	2 %	10 %	13 %
E = Ej godkänd	<b>0 %</b>	0 %	0 %	0 %	0 %
Antal revisioner	<b>44</b>	59	57	115	252

\* Covid-19-pandemin påverkade antalet revisioner 2020–2022.

### ANDEL ACCORD-REPARATIONER

	2022	2021	2020	2019	2018
Stockmannkoncernen	<b>95 %</b>	93 %	96 %	96 %	93 %
I genomsnitt	<b>90 %</b>	93 %	92 %	91 %	89 %

endast anlita leverantörer och fabriker som omfattas av avtalet. I enlighet med avtalet har Stockmann förbundit sig att beställa inspektioner av brandsäkerhet, el och konstruktioner på alla fabriker i Bangladesh som tillverkar kläder för Stockmannkoncernen. Den första avtalsperioden löpte ut 2018. Stockmann åtog sig Accords övergångsavtal som syftar till att slutföra reparationer av fabrikerna enligt det ursprungliga kontraktet och överföra ansvaret till lokaladministrationen så fort som möjligt. År 2022 genomfördes 78 (34) Accord-inspektioner. Reparationer som avtalen förutsatte och som omfattades av Accord utfördes till 95 (93) procent.

## TILLVERKNINGSLÄNDER OCH FABRIKSLISTOR

Stockmannkoncernens mål är att kommunicera öppet om ämnen som är intressanta för intressenterna, och därför publicerar vi på våra webbplatser listor över våra leverantörer och de fabriker som levererar divisionernas egna märkens mode- och hushållsvaror.

**Lindex** hade cirka 97 (99) leverantörer som anlidade 152 (154) fabriker under år 2022. Lindex har 30 (30) leverantörer som står för 80 procent (75) av produktionen och som är Lindex kärmlieferantörer. Produktionen har systematiskt koncentrerats till färre fabriker för att i högre grad fokusera på utvecklingen av samarbetet, arbetsförhållandena och miljöarbetet på de viktigaste fabrikerna. Lindex publicerar en egen leverantörs- och fabrikslista över det andra ledets fabriker som står för tryck, broderi och tvätt av kläder.

**Stockmanns** egna modevarumärken köptes från cirka 59 (76) varuleverantörer och tillverkades i cirka 67 (110) fabriker. Ungefär 51 procent (51) av fabrikerna var så kallade direktleverantörer och 49 procent (49) förvärvades via våra inköpskontor. Stockmanns egna hushållsvaror köptes från 53 (51) varuleverantörer och tillverkades i 57 (58) fabriker. Majoriteten dvs. 95 %, av fabrikerna var så kallade direktleverantörer.



## DE VIKTIGASTE TILLVERKNINGSLÄNDERNA

STOCKMANNS EGNA MODEMÄRKEN	2022	2021
Kina	65 %	60 %
Bangladesh	13 %	13 %
Indien	6 %	7 %
Cambodia	5 %	0 %
EU-länderna (lågrikländer)	4 %	6 %

De fem huvudsakliga regionernas andel: 93 %

STOCKMANNS EGNA HUSHÅLLSPRODUKTER	2022	2021
EU-länderna (lågrikländer)	57 %	57 %
Kina	14 %	14 %
Pakistan	9 %	10 %
Indien	8 %	6 %
Turkiet	6 %	

De fem huvudsakliga regionernas andel: 94 %

LINDEX	2022	2021
Bangladesh	41 %	47 %
Kina	30 %	27 %
Turkiet	11 %	9 %
Italien	5 %	-
Indien	5 %	4 %

De fem huvudsakliga regionernas andel: 92 %

\* Beräknat baserat på orderantal % per produktionsland (exkl kosmetika)



# 7 HÅLLBARA VAL

## KUNDNÖJDHET

Stockmanns mål är att inspirera kunder till en hållbar livsstil. Stockmann erbjuder hållbart kvalitetsmode och respekterar och lyssnar på kunderna och gör varje kundmöte speciellt. Stockmann lyfter fram hållbara varumärken, tillhandahåller tjänster som stöder en hållbar livsstil och främjar mer hållbara leveranskedjor. Stockmann satsar på högklassig kundservice genom att regelbundet coacha personalen och genomföra kundnöjdhetssenkäter. Kundrespons utnyttjas för att fortlöpande förbättra kundservicen och försäljningen, i den dagliga ledningen av personalen, för att utveckla färdigheter, ersättning och engagemang och i utformningen av utbildningsprogram.

Stockmann och Lindex använder sina egna separata kundresponskanaler och följer fortlöpande upp hur kundnöjdheten och varumärkesimagen utvecklas.

**Stockmanns enhet Customer Experience and insights** inledde verksamheten i februari 2022. Enheten består av tre team som har i uppgift att stödja Stockmanns övriga team. Teamets uppgift inom Stockmann är att leda utvecklingen och serviceutformningen relaterad till kundupplevelser och säkerställa att en relevant syn på kunderna styr affärsverksamhetens planeringsprocesser. Teamet strävar efter att planera och hantera kundupplevelser i alla kontakter mellan företaget och kunderna enligt deras förväntningar.

Stockmann involverar aktivt kunderna i utvecklingen av verksamheten. År 2022 genomfördes kvantitativa och kvalitativa undersökningar samt gruppintervjuer bland annat i samband med renoveringen av varuhuset i Åbo, utvecklingen av modetjänsterna och många andra projekt. Stockmann utför dessutom kundarbete online via ”meidän Stocka” (vår Stocka), som involverar närmare 700 kunder. Stockmanns kundservice-

center svarar på respons per telefon, e-post, chatt och sociala medier. År 2022 behandlade centret cirka 140 000 (162 000) fall. Största delen av kontakterna handlade om nätbutiksbeställningar, leveranser och produkternas tillgänglighet. Andra teman var kampanjen Galna Dagar och kundtjänsten i allmänhet.

All respons som mottagits via kundservice, per telefon, e-post eller sociala medier analyseras på Stockmann. Kundupplevelsena mäts med hjälp av regelbundna kundenkäter i olika skeden av kundrelationen. Den viktigaste indikatorn i enkäten är EVI (Emotional Value Index) som mäter kundens emotionella upplevelse och som infördes i början av april 2021 i varuhuset, nätbutiken och kundtjänsten. EVI är vår nya strategiska prestationsindikator. År 2022 var Stockmann-



divisionens EVI-resultat 58 (49), och antalet svar på responsenkäterna uppgick till över 160 000. År 2022 utvidgades mätningen av emotionella upplevelser så att den nu även omfattar marknadsföring (MyStockmann Magazine, Live Shopping, evenemang) och emotionella upplevelser efter beställda leveranser.

I analysen av den öppna responsen används det AI-baserade verktyget Aiwo med vars hjälp man snabbt kan analysera de grundläggande orsakerna till positiva respektive negativa emotionella upplevelser. Utifrån datat kan vi rikta utvecklingsåtgärder och resurser till områden som försämrar kundupplevelsena. Utvecklingen av kundupplevelsena fortsätter systematiskt och målinriktat under 2022.

Stockmann genomför årligen en kundenkät som innehåller frågor om kundernas uppfattning om verksamhetens och sortimentets hållbarhet. Den senaste enkäten genomfördes i slutet 2022, och den besvarades av 437 kunder i alla tre verksamhetsländer. Enligt enkäten ansåg Stockmann-divisionens kunder att verksamhetens hållbarhet var god på en allmän nivå. I Finland är kunderna något mer kritiska än i Baltikum. Stockmann förväntas agera hållbart och säkerställa produkternas höga kvalitet även ur ett hållbarhetsperspektiv. Kunderna har lagt märke till Stockmanns satsningar på och åtgärder för en ansvarsfull och hållbar affärsverksamhet (bl.a. minskad användning av plast, lokalt producerade produkter, hållbara produkter), men de efterlyser mer information om hållbarhetssatsningar och produkternas ursprung. Dessutom förväntas Stockmanns personal hjälpa till i valet av hållbart producerade produkter och ge information om deras egenskaper samt hur de ska underhållas och återtinnas. Avsikten är att framöver genomföra enkäten halvårsvis.

## SORTIMENTETS HÅLLBARHET OCH SÄKERHET

Stockmannvaruhusens och Lindex-butikernas produktutbud är noggrant utformat för att möta kundernas behov. Inom mode, kosmetik och hushållsprodukter kan kunderna välja alternativ som tillverkats av ekologiskt och återvunnet material och produkter som beviljats miljömärken. Försäljarna uppmuntras till att lära känna till hållbara produkter inom sina ansvarsområden och informera kunderna om dem. Information om hållbarhetsaspekter och produkternas ursprung finns tillgänglig för medarbetarna på Lindex och Stockmanns webbplatser samt i nätbutiken.

Lindex- och Stockmann ansvarar för att de produkter som säljs är säkra och att de inte utgör en risk för kundernas hälsa eller egendom. Bägge divisionerna har etablerade rutiner för systematisk uppföljning och fortlopande utveckling av verksamheten. Affärsenheterna följer proaktiva principer och

har anammat en förebyggande inställning till säkerställandet av produktsäkerheten.

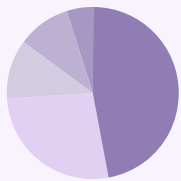
Plastindustrin är mycket beroende av kemikalier i tillverkningskedet. Kemikalier används bland annat för färgning och för att ta fram vissa egenskaper, såsom mjukhet. Dessutom används kemikalier för att uppnå bättre prestanda, till exempel när det gäller vattenisolering. Ofta går användningen av kemikalier hand i hand med vattenförbrukningen, eftersom vatten används för att förena produkterna och kemikalierna. På grund av användningen av kemikalier måste vattnet renas och behandlas. Därför är det väsentligt att kemikalier hanteras hållbart i leveranskedjorna, och Lindex har förbundit sig till en hållbar vattenförbrukning.

För att produkterna ska vara säkra och högklassiga gäller det att säkerställa att de inte innehåller förbjudna kemikalier. Stockmannkoncernen iakttar REACH-kemikalielagstiftningen, och i vissa fall är kraven mer stränga än enligt REACH-förordningen. Tillverkarna har informerats om kraven i förteckningen

över ämnen med restriktioner (RSL), i vilken de kemikalier som inte är tillåtna i slutprodukterna räknas upp. De kemikalier som räknas upp i förteckningen orsakar hälso- eller miljöolägenheter. Leverantörerna ska också själva se till att de följer kraven enligt RSL. Stockmannkoncernen har dessutom tillgång till oberoende laboratorier som analyserar produkter för att säkerställa att de uppfyller kraven. RSL-förteckningen uppdateras fortlopande till följd av forskning och ändringar av lagstiftningen. Lindex uppdaterade RSL två gånger 2022 samt fastställde gränser och utvidgade kraven på flera material.

**Stockmanns** Stockmann style-enhet ser till att de produkter som säljs på varuhusen uppfyller kraven enligt lagstiftningen. Tillverkare och importörer testar produkter regelbundet med beaktande av kraven. Stockmann testar sina egna varumärkens produkter och produkter som divisionen importerar. Testningen baserar sig på regelbundna prover och riskanalyser. Produkttestningen säkerställer att produkterna uppfyller alla kvalitets- och säkerhetskrav som lagstiftningen

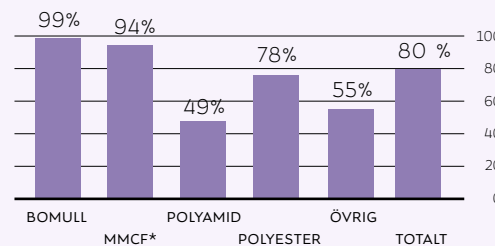
### MATERIAL SOM LINDEXT ANVÄNDE ÅR 2022 (LINDEXT 2022)



BOMULL	47%
POLYAMID	27%
POLYESTER	11%
MMCF*	10%
ÖVRIG	5%

\*Halvsyntetiska cellulosafibrer

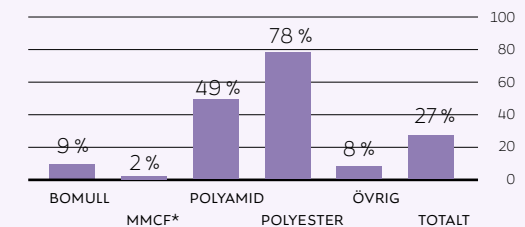
### LINDEXT FRAMSTEG I ÖVERGÅNGEN TILL MER HÅLLBARA ALTERNATIV HÅLLBAR ANDEL PER FIBER (LINDEXT 2022)



Produkter som innehåller minst 50 procent hållbara material räknas in i den hållbara andelen.

\*Halvsyntetiska cellulosafibrer

### ANDEL AV PRODUKTER MED MINST 15 PROCENT ÅTERVUNNET INNEHÅLL (LINDEXT 2022)



\*Halvsyntetiska cellulosafibrer

ställer samt Stockmanns eventuella egna, striktare krav. Dessutom följer Stockmann med EU:s produkt- och felanmälningar för att så snabbt som möjligt informera kunder om produkter som kan vara farliga för användaren. I Finland främjas produkt-säkerheten av finska Tullen och Säkerhets- och kemikalieverket Tukes samt i Estland och Lettland av lokala myndigheter.

Eventuella återkallelser av produkter sker enligt Stockmanns och Lindex interna anvisningar för återkallelse, och i dem definieras ansvarsfördelningen och de relevanta åtgärderna. Under 2022 gjordes inga offentliga återkallelser av produkter i fråga om Stockmanns egna varumärken. En importerad produkt återkallades, men produkten såldes endast i liten skala på ett varuhus och i nätbutiken. Lindex återkallade inte heller några produkter. Kundemas reklamationer ligger fortfarande på en låg och stabil nivå, dvs. allmänna kvalitetsbrister förekom inte. Dessutom var Lindex kvalitetsmål stabilt 2022 jämfört med de två tidigare åren, eftersom andelen returnerade produkter var cirka 0,10 procent.

## MATERIAL

Hållbarhet är en relevant del av kläddesign samt inköp av material och produkter inom Stockmannkoncernen. Målet är att systematiskt öka mängden material som har mindre skadlig miljöpåverkan, eller så kallade hållbara material, såsom hållbar bomull, lyocell och återanvända fibrer i koncernens egna märkesprodukter. Med hållbar bomull menas ekologiskt odlad bomull, Better Cotton Initiative-bomull (BCI) eller återvunnen bomull. Grunden för Stockmanns egna modemärken utgörs av tidlös design och hållbara material som tål slitage. Kollektionerna designas av Stockmanns Design Studio i Helsingfors.

Materialen som används i produkterna väljs ut i designskedet med hänsyn till hållbarhet och Stockmanns kundmålgrupper. Produkternas livslängd och återvinningsbarhet är nyckelfokus i designprocessen, och orderkvantiteterna är optimerade för att möta efterfrågan. I de stickade produkterna har till exempel använts mer ansvarsfullt producerade certifierade material och dunfyllda produkter använder återvunnet dun eller på annat sätt certifierat dun. I utomhuskläder har man tillsatt återvunnet material i fodret, yttertyget och fyllningarna. I kläderna används dessutom återvunnet material i form av polyester och ylle.

År 2022 var 66 procent (60) av Stockmanns egna märkesplagg tillverkade av mer ansvarsfulla material medan 92 procent (88) av de egna trikåplaggen var tillverkade av mer hållbar bomull. Till exempel i barntrikåer av märket BOGI var

andelen mer hållbar bomull 97 procent (97) och i herrtrikåer av till exempel märket Cap Horn 100 procent (95) år 2022. Dessutom var 87 procent (77) av läderprodukterna från accessoarmärket A+more tillverkade av LWG-certifierat läder 2022.

Bolaget fortsätter sitt aktiva samarbete med alla varuleverantörer för att kunderna ska få tillgång till information om produkternas ursprung och hållbara material både när det gäller egna och samarbetspartnernas varumärken. Stockmann informerar aktivt varuleverantörerna om Stockmanns utvecklingsprojekt för hållbarhet och om förväntningarna på intressenterna.

## TJÄNSTER FÖR ATT STÖDJA EN ANSVARSFULL LIVSSTIL

**Stockmanns** mål är att inspirera kunder till en hållbar livsstil. Stockmann respekterar och lyssnar på kunderna och gör varje kundmöte speciellt. Stockmann tillhandahåller dessutom tjänster som främjar en hållbar livsstil och erbjuder sina kunder hållbara alternativ till exempel i form av secondhandmode tillsammans med Relove och Emmy. Vi har tagit fram lösningar för produkter som kommit till slutet av den ekonomiska livslängden, och vi har samarbetat med Helsingforsregionens miljöcentral inom återvinning av textilier. På varuhusen finns dessutom lappnings- och skräddartjänster som förlänger produkternas användningstid.



## MARKNADSFÖRINGSKOMMUNIKATION OCH PRODUKTMÄRKNINGAR

Stockmannkoncernen respekterar konsumenternas rättigheter, och all marknadsföring är ansvarsfull. Denna praxis utgör en del av Stockmannkoncernens uppförandekod (Code of Conduct). I marknadsföringskommunikationen följer vi Internationella handelskammarens marknadsföringsregler (Consolidated ICC Code on Advertising and Marketing Communication Practice), konsumentskyddslagen och bolagets strategi. I vår marknads-kommunikation undviker vi vilseledande praxis, såsom falska eller vilseledande budskap, eller utelämnande av viktig information. Marknadsföringen får aldrig vara osaklig eller kränkande. Bolagets alla marknadsföringsplanerare känner till denna praxis och följer den. Divisionernas marknadsföringsdivisioner övervakar praxis. Det förekom inga överträdelser av lagstiftningen om marknadsföringskommunikation eller uppförandekoden under 2022 inom Stockmannkoncernen.

**Stockmannkoncernen** följer lagstadgade bestämmelser vid märkning av produkter. Ursprungslandet är märkt på alla Stockmanns egna varumärkens klädesplagg och inredningstextilier. Ursprungslandet är också märkt på alla klädesplagg som säljs av Lindex. Modeprodukter, som tillverkats av material som belastar miljön mindre, såsom ekologisk bomull eller återvunna fibrer, har märkts med tryck eller förpackningsmärkningar. Information finns också i produktinformationen i nätbutiken.

**Lindex** har egna marknadsföringsanvisningar för till exempel bilder, marknadsföringstexter, valet av modeller och bildbehandling. Dessutom har Lindex anvisningar för sociala medier. Lindex är medlem i den svenska organisationen Reklamombudsmannen (RO) som övervakar reklam. Självreglerande RO har grundats av företag och bedömer nivån på reklamen. RO tar emot klagomål relaterade till reklam och bedömer om reklamen följer Internationella handelskammarens marknadsföringsregler samt tillhandahåller information, anvisningar och utbildning som gäller etisk marknadsföring.



DESIGN<sup>®</sup>  
FROM  
FINLAND

Stockmanns egna varumärken får använda märket Design from Finland till 2023. Design from Finland-märket anger att produkten är designad i Finland med fokus på dess användare. Bolaget förbinder sig till att offentligt informera sina intressenter om produktionskedjans struktur, produktionsland och inhemsighet. Stockmann Design Studio i Helsingfors designar Stockmanns egna märkeskläder. Teamen på Stockmann Design Studio utbildar aktivt försäljningspersonalen och andra intressenter i hållbara kvaliteter, så att de kan betjäna kunderna bättre och ge inspiration och vårdanvisningar som förlänger produkternas livscykel.

Dessutom finns det allt fler internationella och inhemska varumärken i Stockmannvaruhusens breda produktsortiment som ger ytterligare information om produktens hållbarhetsaspekter. I Stockmanns nätbutik fortsätter vi att tillägga mera information om produkternas hållbarhet för att göra det lättare för kunderna att göra hållbara val. Dessutom kan kunder välja att endast hållbara alternativ i sortimentet visas.

## KUNDINTEGRITET

Stockmannkoncernen och dess anställda skyddar kundernas och intressenternas integritet och okränkbarhet. Vid utlämnande och användning av kunduppgifter iakttar koncernen omsorgsfullt EU:s allmänna dataskyddsförordning (GDPR) och Stockmanns dataskyddspraxis. Utbildningarna i EU:s allmänna dataskyddsförordning och kundernas integritetsskydd är en obligatorisk del i alla medarbetares utbildning och i introduktionen av nyanställda.

Bolaget har två stamkundsprogram: Stockmanns MyStockmann har över 1,4 miljoner medlemmar och Lindex More at Lindex över 4,1 miljoner medlemmar. Stamkunderna får individuella erbjudanden och förmåner. Stamkundsprogrammets registerbeskrivningar finns på respektive divisions webbplats. Vardera stamkundsprogrammet har ett separat kundregister, vars syfte är att administrera kundrelationer samt kundservice och marknadsföring. Bolaget behandlar personuppgifter om sina kunder och aktieägare som deltar i bolagsstämmor konfidentiellt enligt gällande lagstiftning. Stockmannkoncernens mål är noll incidenter gällande kränkningar av kundintegriteten. År 2022 förekom inga fall där kunders integritet skulle ha kränkts inom Stockmannkoncernen.

# 8 HÅLLBAR AFFÄRSVERKSAMHET

Stockmann har förbundit sig till principerna för god förvaltning och agerar enligt sin uppförandekod. Bolagets mål är att skapa mervärde för alla intressenter och föra aktiv dialog i samhället. Stockmann siktar långsiktigt på lönsam affärsverksamhet och genomför många strukturella omställningar för att verksamheten återigen ska vara lönsam.

## RESULTATUTVECKLING OCH VÄRDESKAPANDE

Stockmannkoncernens justerade rörelseresultat år 2022 var 79,8 miljoner euro (68,3). Det justerade rörelseresultatet ökade i både Lindex- och Stockmandivisionen. Det rapporterade rörelseresultatet var 154,9 miljoner euro (82,1). Stockmann Oyj Abp:s företagssaneringsprocess framskrider planenligt, vilket innebär att alla Stockmanns varuhusfastigheter har sålts och alla räntebärande skulder återbetalats med undantag för obligationslånet på 67,5 miljoner euro. Varuhusfastigheten i Tallinn såldes i december 2021, och avtalet om försäljning av varuhusfastigheten i Riga slöts i december 2021 och genomfördes i januari 2022. Varuhusfastigheten i Helsingfors centrum såldes i april 2022 och den återstående fastställda saneringsskulden återbetalades. Övriga åtgärder och åtaganden enligt Stockmann Oyj Abp:s saneringsprogram slutfördes redan 2021, och de beskrivs i årsredovisningen 2021.

## EKONOMISKT MERVÄRDE PER INTRESSENT

Milj. euro	2022	2021	2020	2019	2018*
<b>Skapande av mervärde</b>					
Kunder	1 079,8	923,5	811,4	961,5	1 026,2
Varuleverantörer och serviceproducenter	-772,8	-646,3	-613,1	-732,3	-756,9
<b>MERVÄRDE PRODUCERAT AV STOCKMANN</b>	<b>307,0</b>	277,2	198,3	229,2	269,3
<b>Fördelning av mervärde</b>					
Personal	-179,2	-163,4	-153,1	-178,9	-188,6
Aktieägare	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Finansierare	-28,3	-19,6	-45,4	-53,7	-35,3
Offentliga sektorn	-56,4	-38,4	-16,6	-47,1	-37,6
<b>UTDELAT TILL INTRESSEENTERNA</b>					
<b>TOTALT</b>	<b>-263,8</b>	-221,3	-215,1	-279,8	-261,4
<b>Kvarlämnat för att utveckla affärsverksamheten</b>	<b>43,1</b>	55,8	-16,8	-50,6	7,9

\* Kvarvarande verksamheter. Stockmann Delikatessens affärsverksamhet i Finland har rapporterats som avslutad verksamhet 2018.

## SKAPANDE OCH FÖRDELNING AV EKONOMISKT MERVÄRDE

Stockmannkoncernens verksamhet medför ekonomiskt mervärde till bolagets intressenter i alla verksamhetsländer. Största delen av det ekonomiska mervärdet går till medarbetarnas löner och arvoden samt till leverantörerna av produkter, material och tjänster.

Stockmann Oyj Abp:s aktier noteras på Nasdaq Helsingfors. Bolaget hade 44 289 (45 054) registrerade aktieägare i slutet av år 2022. År 2021 minskade Stockmann Oyj Abp sitt aktiekapital för att täcka förluster. Enligt aktiebolagslagen kan bola-

gets fria egna kapital under tre år efter att minskningen av aktiekapitalet för att täcka förluster har registrerats betalas ut till aktieägarna endast med iakttagande av borgenärsskyddsförfarandet. Stockmann Oyj Abp får inte heller betala ut medel till aktieägare under tiden för saneringsprogrammet.

Stockmannkoncernens mål är att skapa mervärde för alla sina intressenter genom ett aktivt samhällsengagemang.

## 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. Vägörehhetsarbetet styrs av donationspraxis. Dessutom kan koncernens affärsenheter stödja allmännyttiga projekt i anslutning till sina kommersiella kampanjer.

**Lindex** är en huvudsamarbetspartner i projektet Rosa bandet. Till cancerforskning har Lindex tillsammans med sina kunder donerat 19,3 miljoner euro i samarbete med insamlingen Rosa bandet och Cancerstiftelsen. Lindex arbetar också för en ökad medvetenhet om hälsa och förebyggande av bröstcancer. Lindex plattform "Real talks" är en plats där man kan ta del av berättelser av kvinnor som vill dela sina erfarenheter. Läs mer på [www.lindex.com/uk/pink/real-talks](http://www.lindex.com/uk/pink/real-talks).

**Stockmandivisionen** slöt i anslutning till 160-års-jubileumssamarbetet med John Nurminens Stiftelse ett avtal om att skydda Östersjön för att återställa en viktig kolsänka och bevara artrikedomen. Samarbetet omfattade ordnandet av en Östersjödag på alla varuhus och personalaktiviteter i alla tre verksamhetsländer vid Östersjökusten. Jubileumsårets stöd till John Nurminens Stiftelse uppgick till 10 000 euro.

Stockmanns och Rädda Barnen rf:s välgörehhetskampanj genomfördes än en gång på alla Stockmannvaruhus i Finland och i nätbutiken. Insamlingen resulterade i en donation på 14 582 euro till Rädda Barnen, och summan används bland annat till stöd för läromedel och fritidsintressen för barn samt tillhandahållande av stödfamiljer och -personer i Finland.

År 2022 ägnade sig Stockmann åt välgörehhetsarbete tillsammans med Röda Korset i alla tre verksamhetsländer. Med hjälp av de donerade medlen sänder Röda Korset biståndsarbetare och materiell hjälp till Ukraina och närliggande regioner samt hjälper ukrainska flyktingar. Donationen uppgick till 30 976 euro.



Dessutom deltog Stockmann i Kotona Asuen Seniorihoivas kampanj "Ole joulupukkina seniorille" (julgubbe för senior). Via kampanjen donerades julblommor till ensamma seniorer. Sammanlagt 2 100 seniorer överraskades med en blomma som Kotona Asuen Seniorihoiva levererade hem till dem. Stockmann donerade också textilier och andra produkter till flera välgörehhetsobjekt under året.

Som en del av företagets sociala ansvar kan Stockmann ge donationer till ideella organisationer som finansierar utbildning, kultur, forskning och andra sociala projekt.



## ANTI-KORRUPTION OCH KONKURRENSBEGRÄNSANDE BETEENDE

**Stockmannkoncernens** princip är en transparent och ansvarsfull verksamhet. Principerna om antikorrupktion och konkurrensbegränsande beteende ingår i Stockmanns uppförandekod och behandlas närmare i Stockmanns principer mot korrupktion på koncernens webbplats. Stockmanns medarbetare och ledning ska i enlighet med bolagets intresse undvika intressekonflikter.

Reglerna för medarbetarnas personalrabatter innehåller också anvisningar för mottagande av prover, gåvor, resekostnadsersättningar och andra monetära förmåner av varuleverantörer. Även Lindex etiska principer utgör en grund för arbetet mot korrupktion inom Lindex, och de tillämpas i alla verksamhetsländer och presenteras för alla varuleverantörer innan samarbete påbörjas. Våra varuleverantörer får endast ge sedvanliga affärsgåvor till enskilda medarbetare. Stockmann är grundläggande medlem i Transparency Suomi ry, som arbetar mot internationell bestickning och korrupktion och som hör till organisationen Transparency International som finns i över 100 länder.

Vårt mål är att 100 procent av Stockmanns anställda har genomgått utbildning i uppförandekod i alla länder.

### BEDÖMNING AV KORRUPTIONSRISKER

Koncernens internationella verksamhet innebär utmaningar för åtgärder mot korrupktion. Anvisningar mot korrupktion ingår i vår uppförandekod som tillämpas på inköpskedjan, till exempel i Stockmanns Supplier Code of Conduct, dvs. uppförandekoden för varuleverantörer, amfori BSCI:s uppförandekod och Lindex heltäckande uppförandekod, med vars hjälp starka relationer med intressenter och höga etiska standarder upprätthålls. Styrelsen har fastställt principerna för riskhanteringen, som omfattar Stockmannkoncernens alla affärsenheter och -områden. Den interna kontrollens ändamålsenlighet bedöms av internrevisionen, som är en separat enhet under vd:n och rapporterar till styrelsens revisionskommitté.

Stockmanns styrelse och koncernens ledningsgrupp bedömer regelbundet operativa riskfaktorer och riskhanteringsåtgärdernas tillräcklighet i samband med strategiprocesen. Riskhanteringen stöds av interna kontrollsystem och riktlinjer. Affärsenheternas ledningsgrupper ansvarar för de strategiska och ekonomiska planerna vid sina enheter. Analysen av operativa risker och bedömningen av riskhanteringsåtgärderna utgör en del av strategiprocesen. Operativa risker analyseras också ut-  
anför strategiprocesen, i synnerhet i anslutning till viktiga pro-

jekt och investeringar, och vid behov informeras bolagets styrelse om dem. Oetisk affärspraxis bland Stockmanns medarbetare eller intressenter kan skada Stockmanns anseende och medföra ekonomiska konsekvenser. År 2022 förekom inga bekräftade fall av korrupktion, och Stockmann har inte kännedom om några rättsfall mot koncernen på grund av korrupktion. Inte heller inom Lindex förekom några uppdagade fall av korrupktion.

### KOMMUNIKATION OM OCH UTBILDNING I UPPFÖRANDEKODEN

Medarbetarna utbildas i frågor som anknyter till uppförandekoden och uppmantras att kontakta sin chef i situationer där det är oklart hur de bör agera. Koncernens uppförandekod finns på koncernens webbplats och på intranätet.

Fram till slutet av 2022 hade 93 procent (89) av Stockmannsdivisionens personal i Finland och 100 procent (100) av personalen i Lettland slutfört nätutbildningen i uppförandekoden. I Estland infördes nätutbildning i utbildningspraxis under 2022 och alla nyanställda läste igenom instruktionerna under sin första arbetsdag. I Finland har 83 procent (90) av medlemmarna i Stockmanns stödfunktioner och varuhusledningar genomgått utbildningen. För Estland och Lettland är motsvarande siffra 100 procent.

## MILJÖANSVAR

Vi bedömer regelbundet vår verksamhets miljökonsekvenser och strävar bland annat efter att minska de negativa miljökonsekvenserna och agera enligt principerna för cirkulär ekonomi. Vi har sökt efter nya metoder för att minska miljöavtrycket av våra förpackningsmaterial och kartlagt nya mer materialeffektiva alternativ.

**S**tockmannkoncernen iakttar den gällande miljölagstiftningen och förutsätter att även dess samarbetspartner ska göra det. Stockmannkoncernens bägge divisioner är medvetna om klimatförändringen och verksamhetens konsekvenser för vår tids största miljökris. Koncernen bedömer regelbundet affärsverksamhetens miljökonsekvenser och strävar efter att bland annat minska negativa klimatkonsekvenser och agera enligt principerna för cirkulär ekonomi. Stockmannkoncernen har sökt efter nya metoder för att minska miljöavtrycket av förpackningsmaterial och kartlagt nya mer materialeffektiva alternativ. Koncernen beaktar miljöaspekter i planeringen och administrationen av verksamheten samt i inköpen av varor och tjänster för eget bruk. Stockmann förutsätter att tjänsteleverantörerna förbinder sig till koncernens uppförandekod, och miljöfrågor och -mål diskuteras regelbundet under samarbetet. Stockmannkoncernens inköpskontor verkar nära produktionsanläggningarna, och kontoren har gjort ansträngningar för att utvärdera och minimera den skadliga miljöpåverkan som leverantörernas fabriker kan orsaka.

Stockmannkoncernens bägge divisioner är medvetna om klimatförändringarna och deras verksamhets effekter på vår tids största miljökris. I både den egna verksamheten och i leveranskedjan strävar vi efter att övergå till förnybara bränslen och energiformer. Miljöledning är en del av divisionernas dagliga verksamhet. Divisionerna ställer upp konkreta miljömål, fastställer lämpliga indikatorer för uppföljningen och anpassar ledningsrutinerna till dem.

Lindex uppdaterade sina mål 2022 så att de tydligt prioriterar lösningar på klimatkrisen, anpassar affärsverksamheten till cirkulära modeller och skyddar naturresurser. Stockmanndivisionen förnyade 2022 hela sin hållbarhetsstrategi i syfte att tackla dessa utmaningar och ta steg mot en resurssmart affärsverksamhet.

### FRAMSKRIDANDE:

**Stockmannkoncernen** har förbundit sig till initiativet Science Based Targets (SBTi). Målen fastställs och lämnas till SBTi för bedömning och godkännande före oktober 2023. I och med detta projekt förnyades beräkningen av CO<sub>2</sub>-utsläpp på koncernnivå under 2022. Den tidigare mer omfattande beräkningen av den totala klimatbalansräkningen har gjorts för 2021 och kommer att användas framöver.

Stockmannkoncernens divisioner har gemensamma inköpskanaler för att främja resurseffektiviteten. Denna synergi främjar bägge divisionernas mål och satsningar på leveranskedjans hållbarhet. I Lindex projekt för minskning av leveranskedjans koldioxidutsläpp deltar bland annat fem nyckelleverantörer i Bangladesh. Detta gör det möjligt för Lindex att skapa en vägkarta för att minska utsläppen med 50 procent som samtidigt stöder Stockmannkoncernens mål för minskning av utsläppen.

**Lindex** minskade energiförbrukningen i över 120 butiker med 30 procent i genomsnitt. I anslutning till Sodra-pilotprojektet och främjandet av cirkulär ekonomi reserverade Lindex 250 ton av materialet OnceMore® som tillverkats av textilavfall och som också innehåller material från hållbart odlade skogar. Materialet bearbetas till ca en miljon klädesplagg. Dessutom ändrade Lindex allt material i transport- och försäljningsförpackningarna så att det till 100 procent består av återvunnet och återvinningsbart material samt utvidgade pilotprojekten försecondhandkläder för barn till nät- och popup-butiker.

Lindex har gjort utmärkta framsteg mot sitt mål att vara ett klimatneutralt företag fram till 2023. Lindex har köpt förnybar energi med ursprungsgarantier för den egna verksamhetens hela elbehov, inklusive butiker, kontor och lager i hela världen. År 2020 startades ett projekt, där bytet av halogenlampor till LED-lampor runt om i världen främjar en minskad energiförbrukning. Under projektet har belysningen i 50–60 butiker konverterats om året, och i slutet av 2022 var saldotal redan över

120 butiker. Detta minskar energiförbrukningen i varje objekt med 30 procent i genomsnitt. Ytterligare information om Lindex framsteg i uppnåendet av miljömålen finns på sidan [about.lindex.com](http://about.lindex.com).

**Stockmann** har vidtagit ytterligare åtgärder för att minska energiförbrukningen. Divisionens återvinningsgrad ligger fortfarande på en utmärkt nivå. Till detta bidrar en aktiv dialog och kartläggning av nya hållbara lösningar tillsammans med samarbetspartner. Vi har till exempel tillsammans med de viktigaste leverantörerna av logistiktjänster fortsatt vår dialog för att rikta utsläppsminskningarna och kartlägga metoder för en övergång till förnybara energikällor. Stockmanndivisionen halverade den redan låga andelen flygfrakt 2022.

### UTMANINGAR:

Den ökande regleringen anses vara en positiv påskyndande faktor mot en grön omställning, men samtidigt ställer den nya krav som medför omfattande konsekvenser för olika affärsområden. Detta orsakar resursrelaterade utmaningar som är svåra att tackla. Dessutom kan tillgången till energi i Europa, den kraftiga uppgången i prisnivån samt tillgången till och dyrare ursprungsgarantier för förnybar energi fördröja en övergång till en mer omfattande användning av förnybar energi.

### UTVECKLING:

På koncernnivå är målet att minska klimatkonsekvenserna enligt vetenskapligt baserade mål i hela värdekedjan och att rita upp en vägkarta som följer målen. Dessutom är en övergång till verksamhet som stöder cirkulär ekonomi ett gemensamt mål för divisionerna. Minimering av användningen av naturresurser, styrning av kunder mot hållbar konsumtion samt optimering av den egna planeringen och produktionen enligt principerna för cirkulär ekonomi är exempel på hur målen kan uppnås.



**Lindex** har uppdaterat sina mål så att de motsvarar de klimatrelaterade utmaningarna. Klimat: Påskyndande av energi-effektivitet och en övergång till förnybar energi för att minska vetenskapligt fastställda klimatkonsekvenser i hela värdekedjan. Cirkulär ekonomi: Omvandling av affärsverksamheten så att den skapar mervärde och tillväxt genom att samtidigt minska klimatkonsekvenserna och användningen av naturresurser samt påverka konsumenternas beteende i syfte att minska överkonsumtion. Naturresurser: Minimering av konsekvenserna för ekosystem och biologisk mångfald genom hållbara och nya metoder relaterade till naturresurser.

**Stockmann** valdes med i programmet Circular Design – kehityspolku kohti kiertotaloutta, som är den första helheten med fokus på designprinciper och praktiska lösningar relaterade till cirkulär ekonomi i Finland. Stockmanns mål är att vidareutveckla sin operativa modell samt produkt- och service-design enligt principerna för cirkulär ekonomi. Programmet startar i januari 2023 och pågår till slutet av året.

För år 2023 planeras en förnyelse av belysningen på flera Stockmannvaruhus. Dessa åtgärder förbättrar fastigheternas energieffektivitet. Utvecklingen av nätbutikens påfyllningsprocess har påbörjats för att effektivisera utgående transporter, och

detta väntas minska behovet av förpackningslådor med cirka 5 procent. Partnernas mål för hållbar utveckling är framöver tilläggsriterier för valet av partner.

### STOCKMANNS AFFÄRSVERKSAMHET I FINLAND ÄR ISO 14001-CERTIFIERAD

Miljöledningen är en del av Stockmanns dagliga affärsverksamhet. Bolaget har ställt upp konkreta miljömål, fastställt lämpliga indikatorer för uppföljningen och anpassat ledningsrutinerna enligt dem. Målen följs upp regelbundet. Sedan 2003 har ett ISO 14001-certifierat miljöledningssystem varit i bruk på Stockmanndivisionens varuhus och stödfunktioner i Finland. Varuhuset i Baltikum tillämpar Stockmanns miljösystem i sin verksamhet. Bolaget samarbetar aktivt med sina tjänsteleverantörer, som spelar en viktig roll i uppnåendet av miljömålen.

Lindex har inget certifierat miljöledningssystem. Däremot har företaget interna miljöriktlinjer, till exempel för energieffektivitet.

Uppnåendet av miljömålen kräver insatser av varje medarbetare. Personalens miljömedvetenhet utvecklas med hjälp av utbildning och intern kommunikation. Miljöfrågor behandlas i till exempel introduktionsutbildningen som alla nya medarbetare deltar i och i nätutbildningar avsedda för alla medarbetare. Dessutom har Stockmanns varuhus i Finland åtkomst till nättjänsten Pelsu via vilken information om säkerhet och hållbarhet delas med alla aktörer. Via tjänsten är centrala säkerhets- och hållbarhetsdokument lätt tillgängliga även för våra samarbetspartner. Enligt en extern revisor är en av Stockmanns styrkor att personalen är mycket medveten om miljö- och hållbarhetsfrågor i all verksamhet. Behov av utvecklingsåtgärder fanns bland annat i introduktionen av hyrd arbetskraft.





# 9 ENERGI

Koncernens energiförbrukning består främst av el, fjärrvärme och nedkylning. Butikernas, lagrens och kontorens belysning, ventilation, uppvärmning och nedkylning samt anordningar i lokalerna, såsom hissar och rulltrappor, förbrukar energi. Energieffektivitet utgör en central del av Stockmanns miljöarbete, eftersom energiförbrukningen är en signifikant källa till koldioxidutsläpp i Stockmanns egen verksamhet. I anslutning till miljöarbetet strävar Stockmann efter att effektivisera energi-

förbrukningen för att motverka klimatförändringen och förbättra affärsverksamhetens effektivitet.

**Lindex** satsar på butikernas energieffektivitet, och alla butiker har en checklista för effektiv energiförbrukning. Baserat på ett omfattande urval har Lindexbutikernas elförbrukning utretts. Enligt undersökningen orsakas cirka 90 procent av energiförbrukningen av belysning, nedkylning och ventilation samt rulltrappor. I enlighet med resultaten riktas åtgärderna för att minska energiförbrukningen till dessa områden. Lindex hållbarhetslöfte går ut på att respektera jordklotet och gynna förnybar energi. Lindex mål är att dess egen verksamhet ska vara klimatneutral fram till slutet av 2023 och att minska hela

värdekedjans CO<sub>2</sub>-utsläpp med 50 procent fram till slutet av 2030 jämfört med 2017.

**Stockmandivisionens** Facility Management ansvarar för energiledningen i varuhuset, distributionscentret och stödfunktionerna i Finland. Varuhuset i Baltikum har egna ansvariga som följer upp och utvecklar energiförsörjningen på varuhuset i Tallinn och Riga. Energiförbrukningen följs upp dagligen och bolaget reagerar på avvikelser. Under 2022 fortsatte Stockmann att genomföra sitt energieffektivitetsprogram genom att optimera driftstimmarna i fastighetssystemen samt via ventilations- och belysningskontrollen i alla sina lokaler. Till exempel på varuhuset i Tallinn har stora besparingar uppnåtts genom optimering av energieffektiviteten. Hösten 2022 ordnade Stockmanns ledningsgrupp en idéävling om energispartips för personalen. Avsikten var att engagera personalen i energispararbetet samt dela idéer och god praxis mellan enheterna.

Stockmanns distributionscentral i Finland betjänar nätbutiken stockmann.com och varuhuset i alla verksamhetsländer. Stockmanns distributionscentral har beviljats miljöcertifikatet LEED Gold. Belysningen baserar sig på LED-lampor, och jordvärmesystemet producerar en stor andel av den uppvärmnings- och nedkylningsenergi som fastigheten behöver.

Stockmann började använda förnybar el i sin distributionscentral i början av 2020. I varuhusens elförbrukning prefereras förnybar energi så långt som möjligt. Konverteringen av belysningen på Helsingforsvaruhuset till LED-lampor fortsatte, och i samband med enstaka ventilationsarbeten skaffades mer energieffektiva fläktar och automationslösningar. Förbrukningen av köpt el täcker alla koncernens funktioner.

Den köpta energiförbrukningen för värme och kyla täcker koncernens samtliga funktioner, förutom inköpskontoren. Stockmanns värme- och kylinformation baseras på fakturering och information från tjänsteleverantörer. Lindex värme har uppskattats, uppskattningen har uppdaterats och siffrorna för 2020 och 2019 har justerats därefter. Vattenrapporteringen omfattar hela Stockmanns verksamhet (exklusive varuhuset Itis i Helsingfors) och Lindex distributionscenter.

## ENERGI- OCH VATTENFÖRBRUKNING 2019–2022

	2019	2020	2021	2022	Förändring % 2021–2022
<b>DIREKT FÖRBRUKNING</b>	<b>41</b>	<b>44</b>	<b>47</b>	<b>661</b>	<b>1306</b>
Uppvärmningsbränsle (MWh)	22	25	25	<b>117</b>	
Stockmann	19	19	22	<b>543</b>	
Lindex					
<b>INDIREKT FÖRBRUKNING</b>					
Elenergi (MWh)	<b>81 409</b>	<b>69 221</b>	<b>62 810</b>	<b>42 894</b>	<b>-32</b>
Stockmann	42 896	36 589	31 953	<b>13 350</b>	
Lindex	38 513	32 633	30 857	<b>29 544</b>	
Uppvärmning och nedkylning (MWh)	<b>52 052</b>	<b>48 737</b>	<b>49 765</b>	<b>39 489</b>	<b>-21</b>
Stockmann	21 705	18 761	20 290	<b>8 720</b>	
Lindex	30 347	29 976	29 475	<b>30 768</b>	
Andel av grön energi			31 %	<b>49 %</b>	
Vatten (m <sup>3</sup> )	<b>95 875</b>	<b>77 450</b>	<b>66 362</b>	<b>76 107</b>	<b>15</b>
Stockmann	93 752	75 588	64 256	<b>74 069</b>	
Lindex	2 123	1 862	2 106	<b>2 038</b>	

Förbrukningen av köpt el omfattar alla koncernfunktioner. Förbrukningen av köpt uppvärmnings- och nedkylningsenergi omfattar alla koncernfunktioner med undantag för inköpskontoren. Informationen om Stockmanns uppvärmnings- och nedkylningsförbrukning baserar sig på fakturering och tjänsteleverantörernas uppgifter. Lindex uppvärmningsförbrukning har estimerats, estimaten har uppdaterats och siffrorna för 2020 och 2019 har justerats enligt dem. Rapporteringen om vattenförbrukningen omfattar Stockmanns alla funktioner (med undantag för varuhuset i Itis i Helsingfors) och Lindex distributionscentral.

# 10 UTSLÄPP

År 2022 var Stockmannkoncernens koldioxidavtryck cirka 296 ktCO<sub>2</sub>. De största utsläppen, cirka 68 procent (67) av Stockmannkoncernens koldioxidavtryck, kom från inköpta varor och tjänster som omfattade produktionsrelaterade utsläpp från inkommande varor och även rörelsekostnader (scope 3, kategori 1). De näst största utsläppen orsakades av transporter nedströms och distribution (scope 3, kategori 9) med en andel på 11 procent (10). De tredje största utsläppen, 8 procent (9), orsakades av användningen av sålda produkter (scope 3, kategori 11).

Mätningen och rapporteringen av 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 2022 omfattar fortfarande Stockmanns och Lindex affärsenheter i alla verksamhetsländer, inklusive Lindex franchiseverksamhet. Stockmanns utsläppsberäkning inkluderar även hyresgästerna på varuhuset. I slutet av 2022 använde Stockmann 72 procent (71,5) av den totala uthymlingsbara ytan, och resten användes av hyresgäster.

Stockmann har rapporterat koncernens växthusgasutsläpp i 11 år. Utsläppen visas i tabellen växthusgasutsläpp. Jämförelsesiffrorna för 2019–2022 presenteras för att möjliggöra jämförelse på kort sikt. Anmärkningar och eventuella förändringar i kalkylernas omfattning beskrivs i tabellen. Kalkylerna baserar sig på internationella rapporteringsprinciper enligt Greenhouse Gas Protocol (GHG). År 2022 förnyades och utvidgades beräkningen för att motsvara SBTi:s krav och är således mer heltäckande än för tidigare år. I och med processen beräknades även CO<sub>2</sub>-utsläppen för 2021 på nytt i en större utsträckning.

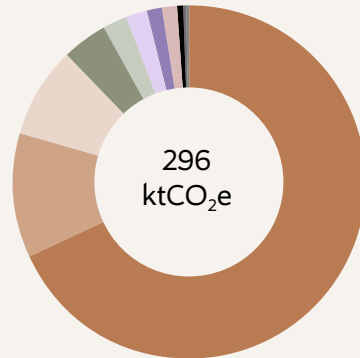
## STOCKMANNKONCERNENS VÄXTHUSGASUTSLÄPP 2019-2022

	tCO <sub>2</sub> e 2022	tCO <sub>2</sub> e 2021	tCO <sub>2</sub> e 2020	tCO <sub>2</sub> e 2019	Förändr. % 2021-2022
<b>DIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 1)</b>	<b>223</b>	<b>413</b>	<b>559</b>	<b>748</b>	<b>-46</b>
Stockmann	28	295	*	*	-91
Stationär förbränning	28	36	*	*	-23
Kylmedel	-	259	*	*	-100
Lindex	195	118	*	*	66
Stationär förbränning	115	38	*	*	202
Kylmedel	80	80	*	*	0
<b>INDIREKTA UTSLÄPPFRÅN KÖPT ENERGI (SCOPE 2)</b>	<b>12 206</b>	<b>17 324</b>	<b>23 852</b>	<b>28 430</b>	<b>-30 %</b>
Stockmann	6 481	11 561	*	*	-44
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	4 872	9 751	*	*	-50
Köpt energi (platsbaserad)	4 884	5 891	*	*	-17
Uppvärmning och nedkylning (marknadsbaserad)	1 609	1 809	*	*	-11
Uppvärmning och nedkylning (platsbaserad)	1 840	1 809	*	*	2
Lindex	5 725	5 764	*	*	-1
Köpt elektricitet (marknadsbaserad)	-	-	*	*	0
Köpt energi (platsbaserad)	1 481	2 026	*	*	-27
Uppvärmning och nedkylning (marknadsbaserad)	5 725	5 764	*	*	-1
Uppvärmning och nedkylning (platsbaserad)	2 029	2 568	*	*	-21
<b>ÖVRIGA INDIREKTA UTSLÄPP (SCOPE 3)</b>	<b>283 720</b>	<b>281 707</b>	<b>9 294</b>	<b>10 160</b>	<b>1 %</b>
Stockmann	97 033	98 192	*	*	-1
Purchased goods and services	73 045	76 183	*	*	-4 %
Capital goods	2 267	2 357	*	*	-4 %
Fuel and energy related activities	3 442	3 852	*	*	-11 %
Upstream logistics	922	1 100	*	*	-16 %
Waste	115	124	*	*	-7 %
Business travel	141	65	*	*	118 %
Employee commuting	860	913	*	*	-6 %
Downstream logistics	12 757	10 216	*	*	25 %
Use of sold products	3 426	3 335	*	*	3 %
End-of-life treatment of sold products	57	46	*	*	22 %
Lindex	186 687	183 233	*	*	2 %
Purchased goods and services	129 121	125 063	*	*	3 %
Capital goods	4 911	1 634	*	*	201 %
Fuel and energy related activities	2 245	2 587	*	*	-13 %
Upstream logistics	3 253	7 744	*	*	-58 %
Waste	62	38	*	*	63 %
Business travel	519	139	*	*	274 %
Employee commuting	2 892	2 925	*	*	-1 %
Downstream logistics	20 895	19 387	*	*	8 %
Use of sold products	21 012	22 289	*	*	-6 %
End-of-life treatment of sold products	72	73	*	*	-2 %
Franchising	1 705	1 353	*	*	26 %

Observera. En förändring har gjorts i koncernens beräkningsmetodik för åren 2021-2022 och siffrorna från tidigare år är därför inte jämförbara med dessa år. Den nya beräkningen motsvarar SBT-krav som täcker Scope 1, 2, 3 och alla de mest relevanta kategorierna.

## STOCKMANNKONCERNENS KOLDIOXIDAVTRYCK

S3 Cat. 1 Purchased goods and services	68,3 %
S3 Cat. 9 Downstream transportation and distribution	11,4 %
S3 Cat. 11 Use of sold products	8,3 %
S2 purchased energy	4,1 %
S3 Cat. 2 Capital goods	2,4 %
S3 Cat. 3 Fuel and energy related activities	1,9 %
S3 Cat. 4 Upstream transportation and distribution	1,4 %
S3 Cat. 7 Employee commuting	1,3 %
S3 Cat. 14 Franchises	0,6 %
S3 Cat. 6 Business travel	0,2 %
S1 fuel use in vehicles and stationary	0,1 %
S3 Cat. 5 Waste generated in operation	0,1 %
S3 Cat. 12 End-of-life treatment of sold products	0,04 %



## STOCKMANNKONCERNENS KOLDIOXIDAVTRYCK 2021 OCH 2022

	GHG 2022 tCO <sub>2</sub> e	GHG 2021 tCO <sub>2</sub> e	Change % 2021-2022
Scope 1 Own direct emissions	223	413	-46
Scope 2 Indirect emissions from purchased energy (market-based)	12 206	17 324	-30
Scope 3, Cat 1 Purchased goods and services	202 165	201 640	0
Scope 3, Cat 2 Capital goods	7 179	3 991	80
Scope 3, Cat 3 Fuel and energy related activities	5 687	6 030	-6
Scope 3, Cat 4 Upstream transportation and distribution	4 175	9 017	-54
Scope 3, Cat 5 Waste	177	162	-9
Scope 3, Cat 6 Business travel	661	204	224
Scope 3, Cat 7 Employee commuting	3 752	3 838	-2
Scope 3, Cat 9 Downstream transportation and distribution	33 652	29 603	14
Scope 3, Cat 11 Use of sold products	24 438	25 624	-5
Scope 3, Cat 12 EoL of sold products	128	119	-7
Scope 3, Cat 14 Franchises	1 705	1 477	16
<b>Total</b>	<b>296 149</b>	<b>299 444</b>	<b>-1</b>

MINSKNING AV TRANSPORT-  
RELATERADE UTSLÄPP

Stockmannkoncernen bedriver affärsverksamhet i 18, resulterar distribution av varor till butiker och importfrakter i utsläpp, som koncernen aktivt strävar efter att minska tillsammans med sina transportpartner. Mycket uppmärksamhet fästs vid en effektiv och miljövänlig logistik. Inom transporter värdesätter koncernen långvariga partnerskap och strävar efter att upprätthålla nära samarbete för att ytterligare förbättra transporternas effektivitet. Transporterna optimeras hela tiden genom ruttplanering och utnyttjande av returtransporter. Koncernen följer systematiskt upp transporterna och för en aktiv dialog med sina samarbetspartner.

Lindex använder flygfrakt endast i undantagsfall. I situationer där hastighet är det viktigaste kriteriet används tåg för transporter. Eftersom sjöfrakt har ett mycket mindre koldioxidavtryck än flygfrakt, är sjötransporter den primära transport-

formen. Sedan 2021 har Lindex använt 100 procent biobränsle i sjöfrakter.

Lindex har minskat miljökonsekvenserna inom alla logistiska områden. Med hjälp av smart distribution av produkter undviks onödiga transporter mellan butikerna. Transporter koordineras med andra företag inom samma område. Transportmedel och containrar fraktas fullastade. Bolaget iakttar den svenska trafikförvaltningens krav avseende bland annat trafik-säkerhet, utsläpp och hastighet samt lagstiftningen. Cirka 70 % av de nätbutiksinköp som kunder returnerar levereras direkt till Lindex butiker, och skickas inte tillbaka till lager.

MINSKNING AV UTSLÄPP VID  
AFFÄRS- OCH ARBETSRESOR

Video- och telefonkonferensutrustning utnyttjas aktivt vid möten för att minimera resande. Uppmärksamhet fästs vid utsläpp relaterade till affärs- och arbetsresor, och alternativ med

låga utsläpp prefereras på resor. I bolagets reseanvisningar rekommenderas användning av tåg eller buss i stället för egen bil, och utsläppen från bolagets leasingbilar får inte överskrida en viss nivå. Dessutom följer Stockmann distansarbetspraxis, som ger personalen en möjlighet att minska utsläppen relaterade till arbetsresor samt stöder balansen mellan arbets- och familjelivet.

## CDP-RESULTAT

Stockmannkoncernen rapporterar sina växthusgasutsläpp årligen i den internationella undersökningen Carbon Disclosure Project (CDP). År 2022 var Stockmanns resultat, likaväl för de tre föregående åren, fortfarande bra. Betyget var B- (B-). Betyget ligger på samma nivå som det allmänna internationella medelvärdet för detaljhandeln och är något lägre än det regionala medelvärdet i Europa. Betyget tyder på att Stockmann har vidtagit åtgärder i klimatfrågor.

# 11 CIRKULÄR EKONOMI

Stockmanns bägge divisioner har identifierat cirkulär ekonomi som ett centralt tema i främjandet av en hållbar affärsverksamhet och strävar därför efter att agera enligt principerna för cirkulär ekonomi. Målet är att hålla material och produkter i omlopp så länge som möjligt och samtidigt bevara deras värde. Dessutom satsar Stockmann hela tiden på affärsverksamhet som stöder cirkulär ekonomi genom att följa med och analysera nya lösningar för att förlänga produkternas och materialens ekonomiska livslängd samt minska klimatkonsekvenserna och användningen av naturresurser. Bolaget uppmanar också kunder att välja hållbara alternativ med hjälp av information om underhållet av material för att förlänga produkternas användningstid samt om bolagets mångsidiga återvinningsmöjligheter och servicealternativ.

**Koncernens** inställning till cirkulär ekonomi är förenlig med Ellen MacArthur Foundations tre principer för cirkulär ekonomi: minskning av avfall och föroreningar med hjälp av design ("design out waste and pollution"), förlängd användning av produkter och material ("keep products and materials in use") och utnyttjande av naturens regenerativa kraft ("regenerate natural systems"). Den energi som cirkulär ekonomi kräver ska dessutom vara naturligt förnybar. Lindex har framgångsrikt tillämpat principerna för cirkulär ekonomi redan i flera år. Stockmann fortsätter att resolut utveckla verksamheten som stödjer den cirkulära ekonomin.

## FÖRPACKNINGSMATERIAL OCH INKÖPSKASSAR

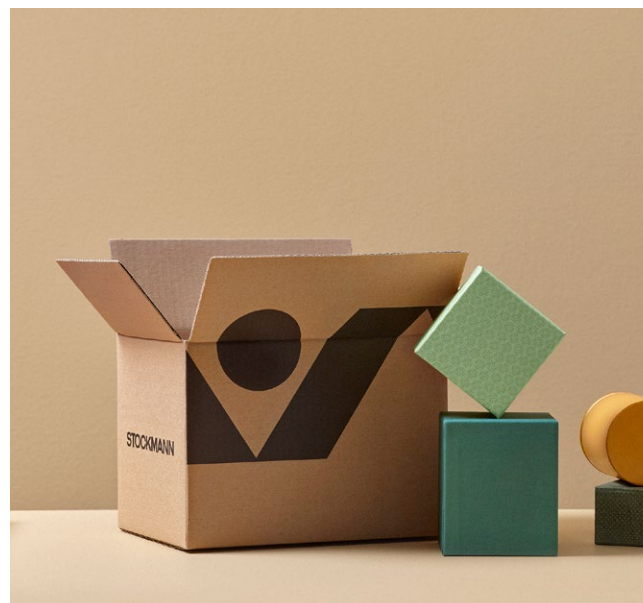
Stockmann fäster uppmärksamhet vid förpackningsmaterialens kvalitet, återvinningsbarhet och volym i syfte att minimera förpackningsmaterialens miljöbelastning. Stockmann har

förbundet sig till det samhälleliga åtagandet för hållbar utveckling i syfte att minska antalet plastkassar. I enlighet med detta har vi bland annat slutat dela ut avgiftsfria plastkassar vid kassor. Bolaget har fortsatt att öka informationen om mer hållbara alternativ i butikerna. Stockmannkoncernen rapporterar om användningen av förpackningsmaterial enligt EU:s förpackningsdirektiv.

Under år 2022 köpte cirka 23 procent (22) av våra kunder en kasse och av dessa var 11 procent (30) plastkassar, 89 procent (70) papperskassar och 0,3 procent (0) hållbara kassar.

Stockmanns plastkassar består till 80 procent av återvunnen plast (Delikatessens plastkassar i Baltikum består till 60 procent av återvunnen plast). Papperskassarna och vågpappförpackningarna är tillverkade av FSC-certifierat material. Stockmann använder Paptic® Tringa-fiberförpackningar som tillverkats av FSC-certifierad grancellulosa och som kan återvinnas både på varuhuset och i nätbutiken.

Förpackningsmaterialen, såsom pappkartong och förpackningspapper, som används i nätbutiken stockmann.



com är delvis tillverkade av återvunnet material. Stockmanns nätbutik levererar varorna i plastfria förpackningar, och dessutom ersätts nätbutikens sigillpåsar i plast med sigillklistermärken.

Lindex plastkassar består till 80 procent av återvunnen plast från konsumenter och till 20 procent av industriellt återvunnen plast. Förpackningsmaterialet i Lindex nätbutik är till 100 procent tillverkat av återvunnet material. Lindex har också minskat användningen av plast i inköpskedjan genom att till exempel minska mängden plast i klädförpackningar i produktionsländerna.

## VÄLGÖRENHET OCH FRÄMJANDE AV ÅTERVINNING MED HJÄLP AV DONATIONER

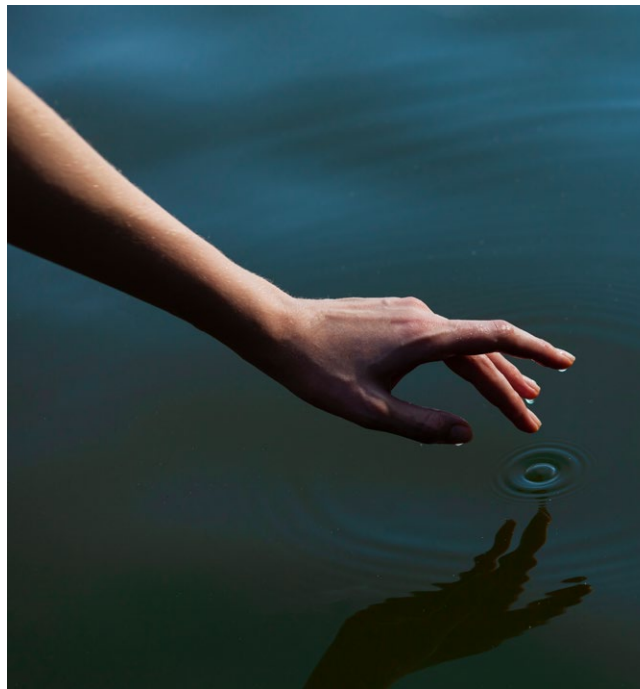
Stockmanns varuhus och servicefunktioner utför välgörenhets-samarbete för att främja återvinning genom att donera produkter som inte längre säljs, varuprover och överlopsmaterial till lokala partner, välgörenhetsorganisationer och aktörer inom återvinning. I valet av samarbetspartner beaktas välgörenhet för mindre bemedlade.



## ANVÄNDNING AV KEMIKALIER

Vid tillverkning av kläder används kemikalier till exempel vid färgning, tryck och tvätt. Stockmannkoncernen uppfyller kraven enligt REACH-förordningen och strävar aktivt efter att minska användningen av skadliga kemikalier i alla produkter. Koncernen vidtar åtgärder för att minska användningen av skadliga kemikalier. Det har bland annat varit helt förbjudet att använda perfluorerade föreningar (PFC) sedan 2014. Förbudet inverkar på alla ytterkläder i Lindex sortiment och Stockmanns egna ytterkläder, som nu behandlas med skyddsämnet Bionic-finish@ECO i stället för perfluorerade föreningar. Dessutom har Lindex frivilligt avstått från användningen av cykliska siloxaner och perfluorerade alkylföreningar (PFAS) i kosmetik.

Målet för samarbetet mellan Lindex och **WaterAid** är att förbättra tillgången till rent vatten och sanitet.



## 12 VATTEN

Lindex har lovat kommande generationer att förbruka vatten på ett hållbart sätt. Målet för **samarbetet mellan Lindex och WaterAid** är att förbättra tillgången till rent vatten och sanitet i hela världen. Målet är att beakta den tillgängliga vattenmängden och prioritera jordbruks- produktionssamfundets tillgång till dricksvatten samt vatten för fiske och övrigt jordbruk. Det gäller också att säkerställa att det vatten som används i produktionen är rent och kan släppas tillbaka ut i miljön, vilket innebär att användningen av kemikalier, utrustning och processer bör övervägas noga. Lindex har vidtagit särskilda åtgärder i leveranskedjan för att beakta kvantiteten och kvaliteten på rinnande vatten för att förbättra vattneffektiviteten, minska risken för vattenbrist i produktionsrelaterade regioner, trygga miljön och människors hälsa samt erbjuda vatten och tvättmöjligheter på fabriker och i lokalsamhällen tillsammans med sina affärs-partner. Lindex ser på vattenfrågor enligt läget i varje land, och kartläggningen av vattenrelaterade risker följs upp och uppdateras tillsammans med utomstående experter.

År 2022 påskyndade Lindex sina vattenrelaterade åtgärder. Den vattenrelaterade verksamheten styrs med hjälp av en heltäckande vattenstrategi och ett ramverk. Detta ramverk ger en bild av vad en hållbar vattenförsörjning innebär, och den omfattar teman från påverkan till råvaror, förädling, planering och rening.

# 13 AVFALL OCH AVLOPPSVATTEN

Det avfall som uppstår i Stockmannkoncernens verksamhet är främst förpackningsavfall, som papp och plast. Bioavfall uppstår i Stockmanns livsmedelsbutiker i Baltikum och i hyresgästernas livsmedels-, restaurang- och kaféverksamhet. Stockmann satsar på avfallssortering och återvinning genom att utbilda personalen och hyresgästerna, utveckla anvisningarna och underlätta sorteringen.

I Finland administreras avfallssorteringen med ISO 14001-ledningssystemet, och verksamhetsställenas sorteringsresultat och avfallsvolymer följs upp regelbundet. Målet är att minska mängden avfall och att materialåtervinna så mycket som möjligt av det kvarvarande avfallet. Stockmanns totala mängd avfall ökade med cirka 7 procent (-15) under 2022 och återvinningsgrad var 66 procent. Stockmann bedriver nära samarbete med tjänsteleverantörer inom avfallshanteringen för att effektivisera återvinningen.

Stockmanndivisionens intressenter har under de senaste åren visat intresse för hur bolaget hanterar osålda kläder. På Stockmanns varuhus säljs alla inköpta produkter på reor eller till personalen för att undvika spill. Det är sällsynt att produkter möglar eller far illa på något annat sätt under transporter. I sådana fall blir produkterna avfall på förhand enligt en fastställd process som finska Tullen följer upp. Vattenförbrukningen i Stockmanns egen verksamhet är mycket liten. Uppföljningen och minimeringen av vattenförbrukningen utgör dock en viktig del av Stockmanns miljöarbete. Största delen av vattenförbrukningen sker på varuhusens restauranger, kök och toaletter. Vattenförbrukningen minskas med hjälp av information till personalen och hyresgästerna, förebyggande och åtgärdande även av små läckage samt inköp av allt effektivare vattenanordningar i samband med saneringar.

## STOCKMANN GROUP AVFALL 2019–2022, TON

	Stockmann				Lindex			
	2019	2020	2021	2022	2019	2020	2021	2022
<b>Återvinning</b>								
Kartong	1 039	806	790	<b>801</b>	1451	1338	1420	<b>1395</b>
Papper	45	61	35	<b>33</b>	410	205	161	<b>199</b>
Bioavfall	1 186	813	615	<b>686</b>	6	2	2	
Plast	51	37	33	<b>28</b>	509	385	574	<b>712</b>
Glas	29	22	40	<b>29</b>	-	-	-	-
Metall	33	28	34	<b>39</b>	-	-	6	-
Electroniskt avfall (WEEE)	2	7	3	<b>2</b>	-	-	1	-
<b>Utnyttjande</b>								
Blandat avfall	310	226	179	<b>135</b>	31	70	184	-
Brännbart avfall	893	596	550	<b>533</b>	-	-	-	-
Byggavfall	-	-	-	<b>150</b>	-	-	-	-
<b>Farligt avfall</b>	10	4	2	<b>3</b>	-	-	1203	-
<b>Total</b>	<b>3 597</b>	<b>2 598</b>	<b>2 280</b>	<b>2 438</b>	<b>2 407</b>	<b>2 001</b>	<b>3 551</b>	<b>2 306</b>
Återvinning, %	66	68	68	66	99	97	61	100
Utnyttjande, %	33	32	32	34	1	3	5	0

\* Uppmärksamhet. En förändring har gjorts i koncernens beräkningsmetodik för åren 2021-2022 och siffrorna från tidigare år är därför inte jämförbara med dessa år. Den nya beräkningen motsvarar SBT-krav som täcker Scope 1, 2, 3 och alla de mest relevanta kategorierna.

## SOCIAL HÅLLBARHET

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



Vårt  
hållbarhetsarbete

Hållbar  
affärsverksamhet

Miljömässig  
hållbarhet

Social  
hållbarhet

Måltabeller, rapporterings-  
principer och GRI-index

Koncernens HR-principer beaktar bland annat FN:s mål för hållbar utveckling, divisionernas vision, mission, värderingar och ledningsprinciper, och de baserar sig på bolagets människorättspolicy och internationella åtaganden. Stockmannkoncernens styrka baserar sig på människor som gör sitt bästa för kunderna. Stockmann vill vara ett företag där personalen kan växa och utvecklas samt som genom samarbete främjar en hållbar framtid. Inom Stockmann får man ta ansvar samt förverkliga själv och dra nytta av sin personliga kompetens.

### Stockmannkoncernens gemensamma HR-principer:

- vi bemöter alla likvärdigt och främjar mångfald och delaktighet
- vi erbjuder en sund arbetsmiljö som främjar egna initiativ
- vi leder oss själva och varandra utifrån värderingar
- våra arbetsplatser är beroende av individer och team som presterar och utvecklas
- vi främjar fortlöpande inläring och stöder var och ens tillväxt
- vi främjar möjligheter till deltagande och social samhörighet

Stockmannkoncernens divisioner har egna mer detaljerade personalrutiner som stöder genomförandet av de gemensamma principerna. Genomförandet av en god personalpolicy följs upp med personalenkäter och utvecklingssamtal samt via övriga responskanaler. Samarbete äger även rum på lokala personalforum och i koncernens koncernnämnd i Finland. Divisionernas personaldirektörer ansvarar för bolagets HR-ärenden och rapporterar till sin divisions vd.

## PERSONALSTATISTIK 2022

	2022	2021	2020
<b>Antal anställda den 31 december</b>	<b>6 008</b>	5 833	5 639
i Finland (män/kvinnor)	<b>234/1 385</b>	214/1 298	239/1 377
i Sverige (män/kvinnor)	<b>154/2 031</b>	152/1 982	173/1 850
<b>Antal anställda i medeltal</b>	<b>5 802</b>	5 649	5 991
<b>Personal i medeltal, omräknat till heltidsanställda</b>	<b>4 332</b>	3 886	3 973
<b>Personal enligt anställningsförhållande och -kontrakt</b>			
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor)	<b>16 (5/95) / 84 (10/90)</b>	17 (10/90) / 83 (2/98)	14 (9/91) / 86 (10/90)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Finland	<b>7 (9/91) / 93 (15/85)</b>	7 (8/92) / 93 (15/85)	3 (15/85) / 97 (15/85)
visstidsanställda (män/kvinnor) / fastanställda (män/kvinnor) i Sverige	<b>20 (7/93) / 80 (7/93)</b>	20 (7/93) / 80 (1/99)	14 (17/83) / 86 (7/93)
<b>Andel av heltids-/deltidsanställda av personalen, %</b>	<b>35/65</b>	37/63	40/60
i Finland (män/kvinnor)	<b>36 (26/74) 64 (8/92)</b>	39 (25/75) 61 (7/93)	41 (24/76) / 59 (8/92)
utomlands (män/kvinnor)	<b>35 (18/82) 65 (1/99)</b>	36 (17/83) 64 (2/98)	40 (20/80) / 60 (4/96)
<b>Omsättning av fast anställd personal, i genomsnitt, %</b>	<b>21</b>	17	18
i Finland	<b>17</b>	16	12
i Sverige	<b>12</b>	8	8
<b>Nya fastanställda anställdes, %</b>	<b>19</b>	17	12
i Finland	<b>17</b>	9	6
i Sverige	<b>8</b>	5	4
<b>Personalkostnader, milj. euro</b>	<b>212,1</b>	194,6	181,9
<b>Personalkostnader, andel av omsättningen i %</b>	<b>21,6</b>	21,6	23,0
<b>Personalens genomsnittliga ålder</b>	<b>35</b>	38	39
i Finland	<b>41</b>	42	42
i Sverige	<b>39</b>	40	40
<b>Sjukfrånvaro, %</b>	<b>6,1</b>	5,1	5,3
i Finland	<b>7,2</b>	4,7	4,1
i Sverige	<b>6,3</b>	5,7	6,2
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen + på resor till och från arbetsplatsen i Finland, st.	<b>79 + 53</b>	<b>35 + 31</b>	<b>51 + 19</b>
Rapporterade arbetsolyckor på arbetsplatsen i Sverige, st.	<b>111</b>	<b>49</b>	<b>225</b>
Kostnader för personalutbildning (Stockmann Finland utan direkta lönekostnader), milj. euro	<b>0,3</b>	<b>0,1</b>	<b>0,1</b>

Jämförelsesiffrorna visas endast för två år på grund av förändringar i rapporteringspraxis.



## Vårt hållbarhetsarbete

I kapitlet om social hållbarhet i rapporten framhävs Stockmanns roll, eftersom personalens välbefinnande och kompetensutveckling har identifierats som väsentliga teman.

### FRAMSKRIDANDE:

**Lindex** har ställt mål för främjande av jämställdhet mellan könen och för att förbättra medarbetarnas känsla av delaktighet. I syfte att främja dessa teman har Lindex anställt en expert för att leda detta arbete och utarbeta en diversity, equity and inclusion (DEI) -strategi. Eftersom DEI handlar om människor ur alla perspektiv, har arbetet påbörjats genom insamling av information inom företaget bland annat med hjälp av enkäter och djuplodande intervjuer. Därigenom har vi kunnat ställa konkreta mål som beskriver Lindex särskilda behov, synpunkter och värderingar samt identifierat särskilda åtgärder med vars hjälp dessa mål kan uppnås. Utvecklingsarbetet utförs med beaktande av att förändringar kräver tid och satsningar för att bli en naturlig del av arbetskulturen inom Lindex. Detta är i linje med Lindex löfte om förändringar till godo för kommande generationer, och arbetet har framskridit utmärkt när det gäller att skapa en mer mångfaldig, rättvis och involverande Lindex.

I början av 2022 reformerades **Stockmanns** operativa modell, organisationsstruktur, ledningsrutiner samt processer för att i högre grad stödja en kundorienterad verksamhet i enlighet med strategin. Personalen deltog i planeringen, och personalens synpunkter och utvecklingsidéer beaktades för att ta fram en så optimal lösning som möjligt. Detta resulterade i en organisation med en plattare hierarki och med internationella team i tre länder. Organisationens verksamhet styrs av gemensamma processer som överskrider enhets- och landsgränser. Under arbetet fästes särskild uppmärksamhet vid en transparent kommunikation, och närmaste chefer fick stöd genom gemensamma lägesöversikter och samtal.

Vi har fortfarande satsat på att utveckla kompetensen och stödja en kundorienterad verksamhet genom att ordna inlärningsmöjligheter och utbildningar för olika målgrupper. En

## Hållbar affärsverksamhet

## Miljömässig hållbarhet

gemensam inlärningsplattform har införts i alla verksamhetsländer. När det gäller välbefinnande kompletterades arbetsplatsutredningarna i Finland med hälsoenkäter i syfte att förebygga individers hälsorelaterade risker. Välbefinnandetemat har också fått en större synlighet till exempel i form av blogginlägg på det förnyade intranätet. År 2022 förnyades Stockmanns arbetsgivarvarumärke för att rekrytera framtida kompetenta medarbetare. Vi förbättrade också möjligheterna att utnyttja personalenkäterna genom att ge närmaste chefer och team bättre analyser av enkäteresultaten. När det gäller belöningar satsade Stockmann under 160-årsjubileet i synnerhet på att belöna medarbetarna med både 160-årsjubileumsgåvor och personalfester.

Enligt den systematiska personalundersökningen anser medarbetarna att Stockmanns starka sidor i synnerhet utgörs av möjligheter att glädja kunder, tydliga förväntningar på personliga arbetsinsatser, möjligheter att fatta beslut som gäller det egna arbetet, samarbete inom team och möjligheter att förverkliga sig själv i arbetet.

### UTMANINGAR:

**Lindex** har genom personalenkäter samlat information om medarbetarnas erfarenheter av trakasserier och diskriminering. Medarbetarna ombads bland annat att ta ställning till följande påstående: "Om jag upplever allvarligt missbruk i mitt arbete är jag säker på att Lindex vidtar åtgärder för att åtgärda problemet." Enligt resultaten var förtroendet mindre än väntat, vilket innebär att Lindex bör prioritera temat.

Enligt **Stockmanns** personalenkät bör Stockmann fortfarande fästa särskild uppmärksamhet vid att förbättra inlärnings- och karriärmöjligheterna. Trots att resultaten har förbättrats vill medarbetarna ha mer utvecklingsmöjligheter.

Ett annat område som bör utvecklas är stärkandet av medarbetarnas uppfattning om att företaget bryr sig om deras välbefinnande. Bolagets ekonomiska läge och saneringsförloppet har belastat medarbetarna. Även sjukskrivningarna låg

## Social hållbarhet

## Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index

fortfarande på en hög nivå 2022 delvis på grund av coronaviruspandemin, vilket också belastar arbetsplatserna.

I synnerhet i Estland var tillgången till arbetskraft en utmaning 2022. Denna utmaning har också noterats på Stockmanns andra marknader. Under de kommande åren är ett av de viktigaste prioriteringarna att engagera och attrahera kompetenta medarbetare. Vi måste också fortsätta att stärka vår strategiska nyckelkompetens.

Utvecklingen av personalrelaterade analysverktyg och digitala rutiner skapar också bättre förutsättningar för högkvalitativt beslutsfattande och trivsel bland personalen.

### UTVECKLING:

Lika möjligheter utgör en del av **Lindex** löfte till kommande generationer. Arbetet för mångfald omfattar säkerställande att Lindex alla medarbetare bemöts respektfullt och likvärdigt i en positiv arbetsmiljö. Enligt en färsk enkät om medarbetarnas engagemang anser största delen av medarbetarna att Lindex ger likvärdiga möjligheter och bemöter människor med olika bakgrund rättvist. Trots att detta är ett tecken på att företagets värderingar och kultur har utvecklats i rätt riktning är det viktigt att inse att arbetet går ut på fortlöpande utveckling av verksamheten och beaktande av kritisk respons.

**Stockmann** fortsätter att utveckla en kultur som går ut på fortlöpande inläring och ökade möjligheter till inläring i arbetet. Under 2023 lanserar vi vår vision för välbefinnande som fastställdes 2022, och de förnyade arbetsplats-specifika välbefinnandeteamen inleder sitt arbete. Utifrån vår förnyade arbetsgivarbild utarbetar vi en separat verksamhetsplan för att öka kompetenta personers lojalitet och företagets attraktivitet. Satsningarna på personaldata och -analys och på personalens digitala kompetens fortsätter. Framskridandet följs upp systematiskt med hjälp av personalenkäter, undersökningar av hur arbetsgivarbilden och personalomsättningen utvecklas samt personalanalys som utvecklas gradvis.

# 14 JÄMSTÄLLDHET OCH MÅNGFALD

Vid valet av medlemmar i styrelsen och ledningsgrupperna strävar Stockmannkoncernen 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 om personalstatistik.

## LIKA MÖJLIGHETER

Ett av delområdena i Stockmannkoncernens jämställdhetsplan är jämställda och rättvisa löner. Stockmann vill främja en kultur som utgår från människor och som präglas av respektfullt, rättvist och jämlikt bemötande av alla medarbetare med respekt för mångfald. Stockmann har nolltolerans mot diskriminering och annat osakligt beteende.

**Stockmann** följer årligen upp kvinnors och mäns lönejämställdhet med hjälp av ett index. Löneskillnaderna beror bland annat på olikheten av befattningar inom samma svårighetsgrad samt kompetensskillnader som indexet inte tar hänsyn till. Relativt sett arbetar fler män som närmaste chefer och inom IKT, vilket delvis förklarar skillnaderna. Eventuella löneskillnader granskades vid behov under 2022 i anslutning till lönejusteringen, och omotiverade löneskillnader rättas till.

## PERSONAL ENLIGT ÅLDERSGRUPP 2022

MÄN/KVINNOR	Under 30 år	30–50 år	Över 50 år
Hela personalen, %	38 (6/94)	40 (11/89)	22 (9/91)
Koncernens ledningsgrupp, personer	0/0	0/2	3/1

## PERSONAL ENLIGT KÖN

MÄN/KVINNOR	2022	2021	2020	2019	2018
Hela personalen, %	9/91	9/91	10/90	9/91	9/91
Direktörstitel, koncernen (%)	35/65	38/62	40/60	36/64	44/56
Koncernens ledningsgrupp, personer (%)	2/3 (40/60)	3/3 (50/50)	3/3 (50/50)	3/2	4/6 (40/60)
Styrelsen, personer (%)	3/4 (43/57)	3/4 (43/57)	4/2 (67/33)	5/3	5/3 (63/37)

## STOCKMANN FINLAND: KVINNORS GRUNDLÖN I FÖRHÅLLANDE TILL MÄNS LÖN ENLIGT PERSONALGRUPP

INDEX	2022	2021	2020	2019	2018
Försäljare (timlön)	101	98	99	98	98
Lagerarbetare (timlön)	97	96	96	94	94
Kontorsarbetare (månadslön)	93	95	96	109	94
Högre tjänstemän och personer med ledningsuppgifter (månadslön)	87	79	78	82	84

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

## FÖRBUD MOT DISKRIMINERING

Under rapporteringsåret förekom inga fall av sexuella trakasserier eller religiös eller politisk diskriminering inom Stockmannkoncernen.

Enligt diskrimineringsförordningen i Sverige utför Lindex årligen lönekartläggning för att upptäcka, åtgärda och förebygga ojusterade löneskillnader mellan kvinnor och män som arbetar med lika eller motsvarande uppgifter.

**Lindex** har en egen jämställdhets- och mångfaldsplan, och inga former av diskriminering accepteras. Enligt planen 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 stöder kreativitet och innovationsförmåga samt ger bättre resultat. Varje chef på Lindex ska säkerställa mångfalden i sitt team och se till att mångfald är en

## Vårt hållbarhetsarbete

naturlig del av en systematisk kompetensutveckling på lång sikt. För att säkerställa att det inte finns någon diskriminering och att organisationen drar nytta av mångfalden genomför företaget kontinuerligt analyser och uppföljningar av arbetsvillkor, löner och anställningsvillkor, rekrytering och marknadsföring, utbildning och utbildning och föräldraskap och arbete.

**Lindex** har en ny strategi, Diversity, Equity and Inclusion (DEI), som blev klar 2022. Lindex genomför regelbundet en global medarbetarundersökning för att få en översikt över hur företagets anställda upplever sin arbetsplats och företagskulturen. Ytterligare information om personalundersökningen finns i Lindex årsredovisning på [lindex.com](http://lindex.com). Lindex DEI-strategi går ut på att öka könsmångfalden och -balansen genom att skapa och informera om delaktighet med hjälp av två huvudmål. Målet En inkluderande arbetsplats går ut på att förbättra såväl prestationerna som välbefinnandet enligt medarbetarundersökningen. Åtgärder för att nå målet består av bland annat av chefs- och medarbetarutbildningar i inklusivitet och omedvetna

## Hållbar affärsverksamhet

## Miljömässig hållbarhet

fördomar och inspirerande föreläsningar om delaktighet och omedveten partiskhet, införande av ny praxis för delaktighet i anslutning till medarbetarutbildningar, utbildningar i Lindex nuvarande policy för hela teamet, till exempel relaterade till diskriminering, likabehandling och whistleblowing-kanalen samt införande av utbildning om den nya uppförandekoden (Code of Conduct).

En ökad mångfald-målet går ut på att främja innovationer och prestationer samt stärka varumärket Lindex. Framskridandet mäts med hjälp av den interna enkäten Lindex Voice, externa varumärkesenkäter och KPI-indikatorer för jämställdhet.

Följande strategiska åtgärder har identifierats i anslutning till målet: uppdatering av både den interna och externa kommunikationen, inledande av rekryteringsutbildning i omedvetna fördomar och avkodning av kön, uppställande av forskningsbaserade mål för att göra teamen mer mångkulturella och förbättra balansen mellan könen, uppföljningsplanering samt nätverkande och deltagande i mentorprogram.

## Social hållbarhet

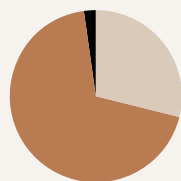
## Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index

**Stockmann** har tillsammans med personalen skapat en ny konfliktlösningmodell som beskriver hur konflikter kan förebyggas och lösas i olika situationer. Modellen beskriver bland annat agerande enligt värderingarna i konfliktsituationer och hur medarbetare ska agera om man upplever att man blivit osakligt bemött. Modellen beskriver också teammedlemmarnas, de närmaste chefernas och ledningens ansvar samt vägen till avgörande av konflikter. Personalen bemöts rättvist och jämlikt med respekt för mångfalden.

**Stockmann** har en jämställdhetsplan som uppdateras regelbundet och godkänns av bolagets koncernnämnd. Syftet med jämställdhetsplanen är att med hjälp av statistik lyfta fram strukturella problem relaterade till arbetsuppgifterna och ställa upp mål för en mer jämställd arbetsmiljö. Genomförandet av jämlikhet främjas aktivt i alla personalkategorier. Ömsesidig respekt och iakttagande av överenskomna regler utgör en del av denna verksamhet. I rekryteringsprocessen förhåller rekryterarna sig fördomsfritt till sökandens bakgrund, och bolaget vill

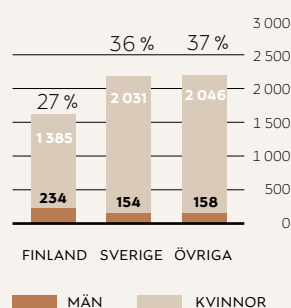
## STOCKMANN-KONCERNEN

## PERSONAL PER ENHET 2022

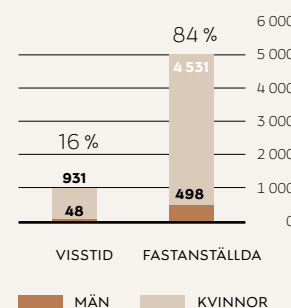


STOCKMANN	1 746	29 %
LINDEX	4 141	69 %
INKÖPSKONTOR	121	2 %

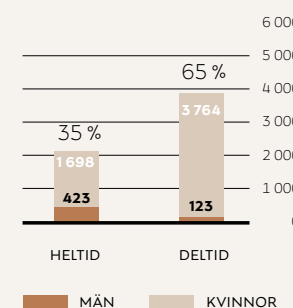
## PERSONAL PER LAND



## VISSTID / FASTANSTÄLLD



## HELTID / DELTID



satsa på mångfald på arbetsplatserna. Stockmann ser till att arbetsuppgifterna, kompetenskraven och titlarna är könsneutrala. Ålder, kön eller religiös övertygelse beaktas endast om arbetsuppgifterna motiverar det. Åldersdiskriminering accepteras inte, och olika åldersgrupper är väl representerade i bolaget. Medelåldern hos Stockmanns personal i Finland är 45 år.

Personalplaneringen har utvecklats för att säkerställa ett jämlikt bemötande bland annat 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.

Vi samarbetar aktivt med de närmaste cheferna och förtroendepersonerna för att hantera och förebygga eventuella incidenter som handlar om trakasserier, diskriminering, jämlikhet, atmosfär och arbetsbelastning.

Stockmann har riktlinjer för arbetskläder som uppmuntrar personalen att klä sig efter sin egen stil och identitet, och riktlinjerna vidareutvecklades utifrån medarbetarnas önskemål under 2022. Stockmann vill främja mångfald och delaktighet i organisationen.

## 15 KOMPETENS- UTVECKLING

Inom **Stockmannkoncernen** är möjliggörandet av en systematisk, kontinuerlig utbildning en del av vår personalpolicy och består av inläring i arbetet, webbaserade utbildningar samt av interna coachningar och utbildningstillställningar, där representanter från olika affärsenheter och för personalkategorier deltar. Stockmanns mål är att möjliggöra och utveckla medarbetarnas individuella kompetens och erbjuda yrkesinriktade inläringmöjligheter.

**Lindex** främjar kontinuerlig yrkesmässig utveckling genom flera olika interna kurser och aktiviteter. Dessutom erbjuds extern chefsutbildning. På Lindex inköpskontor erbjuds kontinuerlig utbildning för att upprätthålla personalens kunskap i linje med den snabba utvecklingen.

**Stockmann** ger var och en möjlighet att lära sig och utvecklas. Företaget stöder olika utbildningsmöjligheter genom inläring i arbetet, deltagande i olika kurser och utbildningsprogram samt kollegialt lärande, styrd inläring och webbaserade studier. Resultatsamtal (utvecklingssamtal) är ett medel för fastställande av inlärningsbehoven och förs regelbundet med varje medarbetare minst två gånger om året. Den information som samtalen ger behövs också när teamledare planerar efterträdande. Målet för dessa samtal är att säkerställa en tillräcklig kompetens i implementeringen av Stockmanns strategi i dag och i framtiden.

År 2022 fortsatte Stockmann att befästa strategiska nyckelkompetensområden inom organisationen på följande sätt: Vi införde spelet All Stars, som är ett inlärningsverktyg för försäljare som möjliggör respons av kollegor i syfte att stärka deras nyckelkompetensområden. På Stockmann utvecklades ett koncept för försäljarworkshoppar som testades på varuhuset i Helsingfors centrum. Alla nyckelpersoner och 344 försäljare deltog i workshoppar där man kom överens om operativa ledningsåtgärder för att förbättra kundupplevelserna.

Programmet genomförs under 2023 på alla övriga varuhus i Finland och Baltikum.

Produkt- och servicekompetensen stärktes genom att ordna flera utbildningar för försäljningspersonalen i både digitala och fysiska inlärningsmiljöer. Utbildningarna fokuserade på erbjudande av helhetslösningar, modetrender, sortiment i olika kategorier samt Stockmanns tjänster och stamkundsprogram. I Baltikum infördes nya kassasystem, och för försäljningsenhetens personal ordnades utbildning tillsammans med ekonomienheten. Kunskapsledningskompetensen utvecklades i studiecirkel för informationsbaserat beslutsfattande, och 30 proffs utnyttjade inlärningsmiljön Courseras utbud för Stockmann. Vi främjade anammandet av agila arbetsrutiner genom att ordna studiecirkeln Ketteryyden ydin, i anslutning till vilken 23 deltagare från olika delar av organisationen slutförde en nätkurs och genomförde små utvecklingsprojekt i sitt arbete som stöd för inläringen. På enheterna i Finland satsade man på introduktionsutbildningarna för försäljningspersonal som rekryterats via en aktör för hyrd arbetskraft, och nätutbildningsmiljöns material vidareutvecklades. Respons insamlas aktivt av säsongsanställda, och rekommendationsbenägenheten eNPS efter höstens Galna Dagar-kampanj var 72 (58 efter kampanjen våren 2022).

Under 2022 infördes flera nya moderna verktyg, såsom en ny SharePoint-lösning för intern kommunikation och intranätet, fakturahantering, ekonomiska prognoser och budgetering, arbetstids- och lönehantering samt rekrytering. I syfte att stödja personalens känsla av kontroll över alla nya verktyg strävar bolaget efter att ordna utbildning i användningen av de nya verktygen, och över 900 medarbetare deltog i dessa utbildningar.

Stockmann fortsätter att stödja studier vid sidan av arbetet och erbjuder aktivt möjligheter till läroavtalsutbildning samt praktik och lärdomsprov. I anslutning till Stockmanns 160-årsjubileum inbjöds Stockmanns alumner att komma och berätta om lärdomar från deras karriär på Stockmann.



Nyckelpersonernas och de närmaste chefernas inläring och utveckling främjades under året bland annat på tre Leadership Day-evenemang och genom att ordna utbildning för nya närmaste chefer. Närmaste chefer erbjöds också extra stöd i genomförandet av organisationsförändringen på STAR30-evenemang och teamcoachningar varje vecka.

Stockmanns digitala utbildningsmiljö är tillgänglig i alla tre länder 24/7 även utanför Stockmanns interna nätverk. Utbudet består av 175 kurser från introduktion till grundläggande utbildning för försäljningspersonal och kurser för närmaste chefer. År 2022 slutförde närmare 2 000 medarbetare kurser i den digitala utbildningsmiljön. I Finland är utbudet på utbildningsplattformen också tillgängligt för partnerskapsföretag. I utbildningarna används också mobilspel, och bland annat hållbarhetsarbete har åskådliggjorts för personalen med hjälp av spel. Erfarenheterna av fortlöpande inläring hos Stockmanns medarbetare mäts regelbundet med hjälp av två frågor i personalenkäten.

Enligt enkäten anser medarbetarna att Stockmanns starka sidor utgörs av möjligheter *att glädja kunder, tydliga förväntningar på personliga arbetsinsatser, möjligheter att fatta beslut som gäller det egna arbetet, samarbete inom team och möjligheter att förverkliga sig själv i arbetet.*

## 16 PERSONALENS VÄLBEFINNANDE

**Koncernens** företagshälsovård ordnas i alla verksamhetsländer i enlighet med lokala lagar och bestämmelser. Arbetshälsa och arbetssäkerhet behandlas regelbundet också i arbetarskydds-kommittéerna, som följer lokal lagstiftning och representerar alla personalgrupper. Arbetshälsan mäts med hjälp av personalenkäter.

**Stockmann** genomförde två #Stockmannstaff-barometrar 2022. Enligt enkäterna anser medarbetarna att Stockmanns styrkor utgörs av möjligheter att glädja kunder, tydliga förväntningar på personliga arbetsinsatser, möjligheter att fatta beslut som gäller det egna arbetet, samarbete inom team och möjligheter att förverkliga sig själv i arbetet.

Utvecklingsobjekten utgörs av bland annat inlärnings- och karriärmöjligheterna och företagets fokus på välbefinnande.

Stockmann erbjuder möjligheter till distansarbete. Målet är att göra det lättare att samordna arbets- och familjelivet samt främja likabehandlingen. Under pandemin rekommenderade Stockmann distansarbete för alla som hade möjlighet till det för att förbättra hälsosäkerheten. Denna praxis fortsätter.

Stockmanndivisionens företagshälsovård i Finland omfattar utöver lagstadgad företagshälsovård även sjukvård samt stöd för psykisk hälsa med låg tröskel. Vi bedriver nära samarbete med tjänsteleverantören till exempel via styrgruppsarbetet för att säkerställa tjänsternas smidighet och effektivitet, bland annat utifrån respons av personalen. Stödet för arbetsförmågan omfattar också stöd av närmaste chefer, en säker arbetsmiljö och möjlighet till näringsrik mat under arbetsdagen. Stockmann erbjuder sin personal i Finland möjlighet att årligen ta säsongsinfluensavaccin, och 2022 blev det möjligt för personalen att också ta coronavirusvaccin enligt det nationella vaccinationsprogrammet. Enligt responsen uppskattar personalen denna möjlighet.

Stockmann har en modell för tidigt ingripande som består av uppföljning och främjande av medarbetarnas arbetsförmåga och hälsa. Samtalet om tidigt ingripande är ett verktyg för närmaste chefer. I konfidentiella samtal kan chefen och den anställda behandla förändringar i den anställdas arbetshälsa eller arbetsförmåga. Uppföljningen av sjukfrånvaro kräver samarbete mellan den närmaste chefen och företagshälsovården, och ibland deltar även representanter för personalen och HR. Sjukfrånvaron följs upp med hjälp av en system och sjukfrånvaroprocenten. Olika program för att stödja återvändandet till arbetet, som arbetsprövning, lättare arbete eller partiell sjukledighet, används aktivt. Bolaget har också ett missbrukarprogram för att ingripa i missbruk av rusmedel. Programmet uppdaterades 2022.

Personalens delaktighet i utvecklingen av arbetshälsan har främjats genom arbetsplats-specifika personalnämnder. I slutet av 2022 reformerades nämndernas verksamhetsprinciper och -praxis, och deras forum döptes om till välbefinnandeteam. Dessa arbetsplats-specifika team inleder arbetet 2023. Syftet med reformen är att ytterligare förbättra de lokala teamens delaktighet, genomslagskraft och tillsammans utveckla arbetet och arbetsplatsen.

## ARBETSSÄKERHET OCH ARBETSHÄLSA

Arbetsolycksfall och sjukfrånvaro rapporteras i tabellen Personalstatistik 2022. I Finland och Sverige anknyter de flesta olyckorna sig till att medarbetare faller eller olyckor som sker när saker faller eller lyfts. På Stockmanns varje verksamhetsställe finns en arbetarskyddsorganisation, som ansvarar för säkerställandet och utvecklingen av arbetssäkerheten. År 2022 omfattades alla medarbetare i Finland av företagshälsovården. Företagshälsovården för koncernens enheter i Finland har organiserats med hjälp av utlokaliserade tjänster.

# 17 RELATIONER MELLAN PERSONALEN OCH ARBETSGIVAREN

**Stockmannkoncernen** följer upp efterlevnaden av god personalpolicy med hjälp av personalenkäter, utvecklingssamtal (resultatsamtal inom Stockmanndivisionen) samt genom övriga responskanaler. Personalen deltar på många sätt i växelverkan och dialogen. Bolaget främjar en öppen kultur och strävar efter att så snabbt som möjligt informera personalen om ärenden som berör dem genom att gå igenom strategin och Stockmanns ekonomiska läge samt genom att ställa upp mål inom dessa områden.

Två personalrepresentanter deltar i Stockmanns styrelsemöten, och på dessa möten har de rätt att närvara och föra talan. Den ena personalrepresentanten är huvudförtroende mannen, som väljs av personalen, och den andra är förtroende mannen för Stockmanns högre tjänstemän. Koncernnämnden utnämner representanterna.

**Stockmanns** verkställande direktör går regelbundet igenom strategin och det ekonomiska läget på kvartalsvisa möten för personalen och på separata möten om strategin, prioriteringarna och aktuella personrelaterade frågor tillsammans med den övriga ledningen och experter. År 2022 besökte vd:n flera gånger alla verksamhetsställen för att samtala med både personalen och kunderna. I början av 2022 fokuserade vd under sina besök på den nya organisationsstrukturen och rutinerna. Vd:n träffar medarbetare och kunder också i det regelbundna arbetet i kundgränssnittet.

Målet är att föra resultatsamtal med varje medarbetare två gånger om året. Samtal kan också föras i grupper.



I Finland har affärsenheterna sina egna personalnämnder som sammanträder fyra gånger om året. En liknande modell har också införts i Baltikum. Personalnämnderna inleder arbetet på en ny grund i början av 2023, då den praxis som förnyades 2022 blir tillämplig och forumen påbörjar arbetet som välbefinnandeteam bestående av medarbetare. Dialoger förs också i koncernnämnden, som är ett samarbetsforum på koncernnivå i Finland och som behandlar lagstadgade ärenden relaterade till personal och ekonomi samt andra aktuella ärenden som gäller Stockmann Oyj Abp och Lindex Oy. Koncernnämnden sammanträder två gånger om året.

I samband med förberedelserna för organisationsförändringen 2022 hördes personalen två gånger. På det första samrådet fick alla en möjlighet att kommentera den planerade enhetsstrukturen på divisionens övre nivå. På det andra samrådet låg fokus på enhetsspecifika planer och insamling av

respons från varje enhet. Respons insamlades på sammanlagt 36 teammöten, och anonym respons gavs av 64 personer. Organisationsplanerna omarbetades utgående från responsen.

## ORGANISATIONSFRIHET OCH KOLLEKTIVAVTAL

Stockmannkoncernen respekterar de anställdas grundläggande rättigheter, såsom organisationsfrihet och kollektiv förhandlingsrätt. I Finland omfattas ca 86 procent (83) av Stockmannkoncernens personal av kollektivavtal. Samtliga anställda på Lindex i Sverige, Norge och Finland, med undantag för de högre tjänstemännen, omfattas av kollektivavtal.

Bolaget följer inte upp organiseringsgraden men statistikför i Finland antalet medarbetare från vars lön fackföreningsavgifter innehålls. År 2022 uppbar arbetsgivaren fackföreningsavgift direkt från lönen för 29 procent (36) av personalen i Finland. I de övriga verksamhetsländerna förs inte statistik över organiseringsgraden.

# 18 SYSSELSÄTTNING

De senaste åren har varit utmanande för Stockmann och medarbetarna, och coronaviruspandemin som bröt ut våren 2020 medförde ytterligare utmaningar. Stockmanndivisionen fortsatte med organisationsreformerna för att förbättra lönsamheten och organisationens operativa förmåga, och den nya organisationen infördes i början av februari 2022. Samtidigt fokuserade vi starkt på utveckling av kompetensen och kulturen. I enlighet med Stockmanndivisionens strategi, som uppdaterades 2020, fortsatte vi att utveckla vår kundorienterade kultur. Vi stärkte ledarskapet, som baserar sig på gemensamma ledningsprinciper, och de värdebaserade medarbetarupplevelserna. Inom Stockmanndivisionen utvecklade vi också systematiskt medarbetarupplevelserna och stärkte personalens engagemang.

## ANSTÄLLNINGAR

Inom detaljhandeln har behovet av visstidsanställda traditionellt varit stort, eftersom framför allt sommar- och julsäsongerna samt kampanjerna ökar behovet av säsongsanställda. Stockmannkoncernen anlitar yrkesutövare och frilansare i mycket liten skala. Användningen av visstidsanställda hos Stockmanndivisionen har minskat samtidigt som man har gått över till att ta in varuhusens säsongsanställda till Galna Dagar och för säsonger via ett rekryteringsföretag. En del av personalen på varuhuset är anställda av Stockmanns hyresgäster, till exempel på restauranger och på partners avdelningar.

Stockmannvaruhuset erbjuder många unga en möjlighet att bekanta sig med verksamheten inom handeln till exempel genom läroanstalters praktikperioder. Sommaren 2022 erbjöd vi 32 unga personer en möjlighet att bekanta sig med arbetslivet via programmet Ansvarsfullt sommarjobb.

## PERSONALFÖRMÅNER

Stockmannkoncernen erbjuder personalförmåner enligt den lokala lagstiftningen i respektive verksamhetsland. Personalförmånerna kan till exempel omfatta företagshälsovård, arbetsolycksfalls- och yrkessjukdomsförsäkring samt föräldradedighets- och pensionsförmåner. Personalförmånerna är desamma för del- och heltidsanställda medarbetare. I de flesta länder erbjuds de anställda förmåner som klart överstiger kraven enligt lagstiftningen, såsom sjukvård, sjukförsäkringar och måltidsförmåner.

Stockmann granskar och uppdaterar förmånerna regelbundet. Alla medarbetare kan köpa produkter i koncernens butiker med personalrabatt. Dessutom kan Stockmanns medarbetare köpa arbetskläder med extra rabatt fyra gånger om året. För medarbetare ordnas också personalförsäljningar där de kan köpa utfasade produkter till förmånliga priser.

Varje medarbetare inom Stockmann omfattas av ett bonusprogram. Syftet med programmet är att belöna, engagera och motivera medarbetarna till bra arbetsprestationer. I enlighet med den uppdaterade strategin ligger fokus på lönsam affärsverksamhet och kundorientering. Långvariga medarbetare belönas årligen med förtjänsttecken. Inom bägge divisionerna uppmärksammas medarbetare som fyller 50 år. Inom Stockmanndivisionen belönas medarbetare som varit anställda i 30 år med extra semester. Vi uppmuntrar närmaste chefer också att beakta exceptionellt bra prestationer med personliga incitament.

## STOCKMANNS INVERKAN PÅ LOKALSAMHÄLLEN

Stockmannkoncernen har analyserat och identifierat sin inverkan på lokalsamhällen utifrån social och miljömässig hållbarhet. I länder där värdekedjan startar har Stockmannkoncernen en stor sysselsättande inverkan i synnerhet bland kvinnor, vilket förbättrar kvinnornas ställning och intjäningsmöjligheter. Textilindustrin är koncentrerad till högriskländer i



enlighet med BSCI:s klassificering, där arbetsförhållanden, människorättsfrågor och lönenivåer är aktuella problem. Koncernens bägge divisioner förutsätter att deras samarbetspartner förbinder sig till hållbara verksamhetsprinciper samt att de själva reviderar och säkerställer verksamheten i fabriken genom revisioner av tredjeparter. Lindex har dessutom verktyg för stärkande av kvinnor, och företaget använder och erbjuder dem i länder som ingår i inköpskedjan. När det gäller miljö granskas dessutom energi- och vattenförbrukningen i de fabriker som koncernen anlitar, och lösningar på miljöfrågor studeras med hjälp av pilotprojekt. Stockmannkoncernen utarbetar en vägkarta över koldioxidavtrycket på koncernnivå och ställer upp mål under 2023. Målet är att fastställa vetenskapsbaserade mål för koncernen under 2023.





# MÅLTABELLER, RAPPORTERINGS- PRINCIPER OCH GRI-INDEX





Vårt hållbarhetsarbete

Hållbar affärsverksamhet

Miljömässig hållbarhet

Social hållbarhet

Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index

## STOCKMANN: LÖNSAM OCH HÅLLBAR AFFÄRSVERKSAMHET

STRATEGISKA PRIORITERINGAR FÖR STOCKMANNS SOCIALA HÅLLBARHET 2022–2025	ÅTGÄRDER	KORTSIKTIGA ÅTGÄRDER	LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDER	KPI	LÖN-SAMHET	STATUS
En hållbar och stabil avkastning till ägarna genom mervärde för alla intressenter	En förbättrad ekonomisk prestanda	Ökat antal besökare och större omsättning	Större marknadsandel	Positivt nettoresultat	Egna funktioner	● Framskrider · Mer information finns att läsa i ekonomiska översynen
	Ökat värde för aktieägare	Slutförande av företagssaneringsprogrammet	Återinförande av dividendbetalningar	Positivt nettoresultat		● Framskrider · Mer information finns att läsa i ekonomiska översynen
Säkerställande av en lönsam affärsverksamhet genom att bemöta kundernas behov	Fortlöpande förbättring av kundupplevelsorna för att nå en hög kundnöjdhet	Kundsynpunkter med hjälp av programmet Voice of Customer.  Stamkundsprogrammet MyStockmann har utvecklats med beaktande av kundernas behov och medför nya och mer aktiva medlemmar	Identifiering av kundbehov och uppmuntran till hållbar konsumtion, fortlöpande utveckling	EVI-förbättring på touchpoint-nivå  Antal aktiva MyStockmann-medlemmar		● Uppnått  · År 2022 var EVI-resultat på divisionsnivå 58 (49) · Varuhusens EVI-resultat var 65 (65), kundtjänstens 22 (6) och nätbutikens 54 (48).  Tillväxt i antalet aktiva MyStockmann-medlemmar 552 900 (523 400) MyStockmann-medlemmar totalt 1,4 miljoner (1,4)
Transparent kommunikation och god bolagsstyrning	Säkerställande av kundernas dataskydd i en operativ miljö med flera kanaler	Fortlöpande utveckling av Stockmanns GDPR och informationssäkerhetsprocess	Fortlöpande utveckling av Stockmanns GDPR och informationssäkerhetsprocess	Inga avvikelser		● Uppnått  Inga avvikelser
	Transparent kommunikation med intressenterna	Vi bevarar den goda nuvarande nivån och för en aktiv dialog med intressenterna	Vi utvecklar rapporteringen aktivt enligt ändringarna av rapporteringsdirektivet och intressenternas behov	Inga avvikelser från direktiven eller myndighetskraven		● Uppnått  Inga avvikelser
	Upprätthållande av den höga nivån i arbetet mot korruption och konkurrensförvrängande verksamhet	Stockmanns alla medarbetare har slutfört Code of Conduct-utbildningen	Stockmanndivisionen har en e-inlämningsplattform	100 % av medarbetarna		● Framskrider  · Bra täckning Finland: 93 % (89) Lettland: 100 % (100) Estland: 6 % på e-inlämningsplattformen, 100 % har läst igenom

Vårt hållbarhetsarbete

Hållbar affärsverksamhet

Miljömässig hållbarhet

Social hållbarhet

Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index

## STOCKMANN: MILÖRELATERAD HÅLLBARHET 1/2

STRATEGISKA PRIORITERINGAR FÖR STOCKMANNS SOCIALA HÅLLBARHET 2022–2025	ÅTGÄRDER	KORTSIKTIGA ÅTGÄRDER	LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDER	KPI	LÖN-SAMHET	STATUS
En hållbar värdekedja med tanke på miljön	Kundernas hälsa och produktsäkerhet (bl.a. material, kemikalier)	Vi följer aktivt med förändringarna i regleringen och upprätthåller en hög säkerhet i alla produktkategorier och tjänster	Vi följer aktivt med förändringarna i regleringen och upprätthåller produktsäkerheten	Noll avvikelser	Alla funktioner	● Uppnått · Zero deviations
	Miljörelaterad bedömning av leverantörer	Identifiering av bästa praxis för leverantörernas miljörelaterade hållbarhet och utveckling av verksamheten tillsammans med dem och de andra intressenterna	Vi stöder fortlöpande utvecklingen av hållbar praxis för leverantörer tillsammans med övriga intressenter	TBA Fastställ målen		● Inte uppnått · Identifieringen av bästa praxis och utvecklingen av den operativa modellen har ännu inte påbörjats
	Säkerställande av hållbara inköpsrutiner	Utveckling och uppföljning av en hållbar inköpsprocess	Uppföljning och vidareutveckling av en hållbar inköpsprocess	Adekvat omsorg, due diligence, till 100 %		● Framskrider · Arbetet framskrider
Åtgärder för att motverka klimatförändringen	Fastställande av vetenskapligt baserade klimatmål (SBT) och en verksamhetsplan	Utveckling av utsläppsberäkningen så att den motsvarar SBT-kraven och omfattar Scope 1, 2, 3 samt väsentliga kategorier och effektivare lösningar för att minska utsläppen	Aktiv uppföljning och utveckling av utsläppsberäkningen i divisionens alla verksamhetsländer	SBT-målen fastställs Q3/2023	Alla funktioner	● Uppnått · CO <sub>2</sub> -beräkningen har utvidgats för att motsvara SBT-kraven. ● Framskrider · Arbetet framskrider och målen fastställs fram till 6/2023
	Förbättrad energieffektivitet och minskade utsläpp	Vi utvecklar och följer upp utsläppsredovisningen för att effektivisera hållbara lösningar	Uppföljning och vidareutveckling av utsläppsredovisningen	CO <sub>2</sub> -neutralitet 20xx Nya mål fastställs Q3/2023 enligt CO <sub>2</sub> -vägkartan		● Framskrider · Nya mål fastställs fram till 6/2023. (Det tidigare energieffektivitetsmålet på -7,5 % för 2018–2023 uppnåddes med en total minskning på -32,61)
	Minskning av avloppsvatten och avfall	Minskning av mängden bioavfall på varuhusen i Baltikum och aktivt utnyttjande av nya återvinningsmodeller i all verksamhet	Administration av Stockmanns verksamhet i Finland enligt ISO 14001-certifikatet och införande av principerna för miljösystemet i Baltikum	Minskning av mängden bioavfall i Baltikum i procent av omsättningen		Egna funktioner ● Framskrider · Hög och stabil täckning

Vårt hållbarhetsarbete

Hållbar affärsverksamhet

Miljömässig hållbarhet

Social hållbarhet

Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index

## STOCKMANN: MILÖRELATERAD HÅLLBARHET 2/2

STRATEGISKA PRIORITERINGAR FÖR STOCKMANNS SOCIALA HÅLLBARHET 2022–2025	ÅTGÄRDER	KORTSIKTIGA ÅTGÄRDER	LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDER	KPI	LÖNSAMHET	STATUS
Cirkulär ekonomi får en allt större roll i vårt produkt- och serviceutbud	Vi utvecklar och inför en planeringsprocess som stöder cirkulär ekonomi i fråga om Stockmanns egna varumärken	Vi undersöker möjligheterna att utveckla Stockmanns planeringsprocess enligt en modell för cirkulär ekonomi. Vi optimerar användningen av förpackningsmaterial, ökar användningen av återvunnet och certifierat förpackningsmaterial i egna varumärken och uppdaterar leverantörsanvisningarna	Fortlopande utveckling av planeringsprocessen för att hitta nya cirkulära affärsmöjligheter	Modell som stöder affärsverksamheten	Egna funktioner	<p>● Framskrider</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Deltagande i det finska nationella programmet Circular Design. Användning av modellen Circular Design i designen av egna klädmärken</li> </ul>
	Vi ökar målmedvetet antalet hållbara alternativ som en del av det högklassiga varu- och serviceutbudet	Vi utvecklar ett hållbart sortiment genom att identifiera kundernas behov, överträffa förväntningarna och uppmuntra kunderna till en hållbar konsumtion och livsstil. Vi ökar användningen av högklassiga och hållbara material. Vi undersöker nya affärsmöjligheter på både lokal nivå och koncernnivå	Uppföljning och vidareutveckling av ett hållbart varu- och serviceutbud genom att lyssna på kundernas behov och följa med trenderna inom branschen. Vi ökar andelen tjänster i utbudet	Andel mer hållbara och produkter i sortimentet TBA Q2/ 2023	Egna funktioner	<p>● Framskrider</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Tillväxt inom mer hållbara produkter och tjänster</li> </ul>
	Vi ökar kundernas medvetenhet om en hållbar konsumtion genom kommunikation och marknadsföring	Vi ökar kundernas medvetenhet om en hållbar konsumtion och återvinningsmöjligheter genom att tillhandahålla olika tjänster och information via flera kanaler	Vi informerar aktivt kunderna om främjande av hållbarhet och för en konstruktiv dialog med kunderna och medarbetarna	Vi skapar en operativ kommunikationsmodell	Egna funktioner	<p>● Framskrider</p> <p>Informationen om en hållbar konsumtion har ökats via flera kanaler och kundenkäter har genomförts</p>

Vårt  
hållbarhetsarbeteHållbar  
affärsverksamhetMiljömässig  
hållbarhetSocial  
hållbarhetMåltabeller, rapporterings-  
principer och GRI-index**STOCKMANN:**  
ETISKT ANSVAR OCH SAMARBETE 1/3

STRATEGISKA PRIORITERINGAR FÖR STOCKMANNS SOCIALA HÅLLBARHET 2022–2025	ÅTGÄRDER	KORTSIKTIGA ÅTGÄRDER	LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDER	KPI	LÖN- SAMHET	STATUS
Kundorienterat betydelsefullt arbete	Förståelse av kundernas behov samt förbättring av kund- och personalupplevelserna	Vi förbättrar kundupplevelserna i alla gränssnitt.  Utvecklingsprojektet Customer Happiness förbättrar kund- och personalupplevelserna	Vi förbättrar fortlöpande identifieringen av kundernas behov och ökar incitamenten för en hållbar konsumtion	EVI-förbättring på gränssnittsnivån. Responstider för kundnöjdhet	Egen verksamhet	● Uppnått  • År 2022 var EVI-resultat på divisionsnivå 58 (49). Varuhusens EVI-resultat var 65 (65), kundtjänstens 22 (6) och nätbutikens 54 (48)
		Medlemmarna i Stockmannteamet får möjligheter att lära sig och växa professionellt • Regelbundna resultatsamtal och fokus på inläring och utveckling minst en gång om året	Möjligheter till yrkesrelaterad inläring och utveckling • Vi uppmuntrar och engagerar medarbetarna till att analysera sina inlärningsbehov och hitta olika metoder för att lära sig och utveckla sin kompetens • Vi utvecklar systematiskt introduktions- och utvecklingsprogrammet för att stödja kompetens som baserar sig på ledningsprinciperna	”Jag får tillräckligt med stöd för inläring och utveckling inom Stockmann, så att jag kan utföra mina arbetsuppgifter väl”		● IFramskrider  • Strategin för Stockmanndivisionens arbetsgivarbild blev klar under rapporteringsåret
	Förståelse av kundernas behov samt förbättring av kund- och personalupplevelserna	Medlemmarna i Stockmannteamet får stöd för skapandet av en karriär inom Stockmann  • Genom att synliggöra karriärmöjligheterna Genom att på företagsnivå i högre grad identifiera personer som är beredda att ta nya steg  Genom att skapa en plan för arbetsgivarbilden och stärka arbetsgivarkommunikationen  Genom att årligen genomföra processen People Review	Stöd för karriärutveckling inom Stockmann - Uppmuntra intern karriärutveckling inom Stockmann. • Genom att göra alla lediga arbetsplatser inom Stockmann internt tillgängliga för alla på ett jämlikt sätt, så att var och en kan söka nya arbetsuppgifter. • Genom att införa konceptet My future@stockmann. • Genom att skapa automatiserade processer och innehåll som stöder teamets medlemmar och chefer i karriärutvecklingen	”Stockmann erbjuder mig bra karriärmöjligheter”		● Framskrider  • Upplevelserna av utvecklingsmöjligheterna höll sig på samma nivå som året innan. Sammanlagt 42% (43) ansåg att Stockmann erbjuder bra utvecklingsmöjligheter, och 52 % (55) ansåg att de fått tillräckligt med inlärnings- och utvecklingsmöjligheter



Vårt  
hållbarhetsarbeteHållbar  
affärsverksamhetMiljömässig  
hållbarhetSocial  
hållbarhetMåltabeller, rapporterings-  
principer och GRI-index

## STOCKMANN: ETISKT ANSVAR OCH SAMARBETE 2/3

STRATEGISKA PRIORITERINGAR FÖR STOCKMANNNS SOCIALA HÅLLBARHET 2022–2025	ÅTGÄRDER	KORTSIKTIGA ÅTGÄRDER	LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDER	KPI	LÖN- SAMHET	STATUS
En jämställd, mångfaldig, inkluderande och säker arbetsplats	Främjande av delaktighet och initiativtagande på arbetsplatserna.	Medlemmarna i Stockmannteamet arbetar i en säker och ansvarsfull miljö • Genom att befullmäktiga lokala H&S-team/personalnämnder att tillsammans arbeta för en sund, säker och inspirerande arbetsplats. Vi stöder och uppmuntrar våra lokala team till att aktivt utveckla arbetet, välbefinnandet och säkerheten på ett lokalt plan	Vi har initiativtagande, motiverade och friska, självledande team som sätter välbefinnandet i centrum.	“Stockmann bryr sig om mitt välbefinnande”; undersökning	Egna funktioner	● Framskrider  • Vi förnyade välbefinnandeteamen under 2022, och de startar verksamheten 2023'
	Förbättrat välbefinnande genom samarbete	Medlemmarna i Stockmannteamet får stöd för hälsa och välbefinnande • genom fokus på varje medarbetares välbefinnande. - Vi identifierar och verbaliserar de handlingar och känslor som stöder och/eller skapar välbefinnande i varje skede av karriären • genom att aktivt informera om välbefinnande inom Stockmann för att stödja medarbetarnas och arbetsplatsernas förmåga att satsa på välbefinnande	Vi har moderna och säkra arbetsplatser i alla länder och på alla verksamhetsställen	Sjukledighet (dagar/ medarbetare)  Hälsa%  Arbetsolyckor		● Framskrider  • Stockmanns vision för välbefinnande och en plan för aktivering av välbefinnande och kommunikation för 2023 blev klar  ● Framskrider  • En arbetsgrupp mellan verksamhetsländerna har tillsatts för att skapa plan för välbefinnande fram till slutet av H1/2023

Vårt  
hållbarhetsarbete

Hållbar  
affärsverksamhet

Miljömässig  
hållbarhet

Social  
hållbarhet

Måltabeller, rapporterings-  
principer och GRI-index

## STOCKMANN: ETISKT ANSVAR OCH SAMARBETE 3/3

STRATEGISKA PRIORITERINGAR FÖR STOCKMANNS SOCIALA HÅLLBARHET 2022–2025	ÅTGÄRDER	KORTSIKTIGA ÅTGÄRDER	LÅNGSIKTIGA ÅTGÄRDER	KPI	LÖN- SAMHET	STATUS
Säkerställande av leveranskedjans etiskhet	Vi säkerställer en trygg arbetsmiljö med hjälp av uppföljning och aktiv dialog	Koncernomfattande anvisningar. Transparens vid valet av parter och publicering av en förteckning över leverantörer på webbplatsen. Certifikaten relaterade till hållbarhet räknas upp och inkluderas i alla avtal. Upphandlingsavtalen omfattar teman för hållbar utveckling	Vi bedömer och uppdaterar allmänna rutiner och för en aktiv dialog med intressenterna för att främja en hållbar affärsverksamhet. Vi utvidgar leverantörslistan över egna varumärken till att också omfatta Tier 2 och Tier 3-aktörer	Publicering och administration av leverantörslistan	Egen verksamhet	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Framskrider</li> <li>• Antalet lokala aktörer har utökats och leverantörslistor har publicerats</li> </ul>
	Bedömningar relaterade till mänskliga rättigheter, due diligence för hållbar utveckling	Vi reviderar och uppdaterar uppförandekoden och processen. Vi söker efter lösningar för att säkerställa rättvisa löner i leveranskedjan. IFS-systemet	Aktiv administration av information och processutveckling. IFS-systemet. Iaktta due diligence-direktivet för hållbar utveckling inom företag (CSDD)	Code of Conduct har undertecknats av 100 % av leverantörerna för egna varumärken + alla leverantörer + tjänsteleverantörer	Alla funktioner	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Framskrider</li> <li>• 100 % av de egna varumärkenas leverantörer har undertecknat avtalet</li> </ul>
	Tredje parter sociala revisioner omfattar 100 % av de egna leverantörerna. (BSCI, SEDEX eller motsvarande)	Aktiv dialog med tredje parter och uppföljning av revisioner	Aktiv administration av information och processutveckling. IFS-systemet	Tredje parter sociala revisioner omfattar 100 % av de egna leverantörerna	Egen verksamhet	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Framskrider</li> <li>• År 2022 omfattade samarbetet 53 fabriker som tillämpar BSCI amfori. Under året slutfördes 44 BSCI amfori-revisioner</li> </ul>

## LINDEX MÅL

Lindex: Våra mål är i linje med vårt löfte och våra tre fokusområden, dvs. att stärka kvinnor, respektera planeten och säkerställa de mänskliga rättigheterna. Dessa mål visar att vi är engagerade i att åstadkomma en strukturell förändring för att förbättra kvinnornas ställning. Därigenom skapar vi ansvarsfullt företagsbeteende som

respekterar både människorna och miljön. De ambitiösa mål som vi har ställt upp för oss själva kräver en strukturerad och organiserad inställning med tydliga definitioner och relevant uppföljning. Medan vårt agerande för att nå målen kan variera, tillämpar vi följande konsekventa metoder:

- Definiera frågan
- Ställ in visionen
- Ställ in policyn
- Justera internt
- Offentliggör
- Följ upp och rapportera

## STÄRKA KVINNOR

TEMA	MÅL	DEFINITIONS- OCH UPPFÖLJNINGSRAM – ARBETET PÅGÅR	SUPPLEMEN- TAL KPIS	FRAMSTEG 2019	FRAMSTEG 2020	FRAMSTEG 2021	FRAMSTEG 2022	NOTER
Könsinkluderande arbetsplatser	Fram till 2025 har Lindex leverantörer, som står för 80 % av vår produktion, genomfört programmet för att stärka kvinnor och anamma dess lärdomar	Ja		Leverantörerna står för 38 % av orderkvantiteten	Leverantörerna står för 51 % av orderkvantiteten; inte vidareutvecklats 2020 på grund av covid-19	Leverantörerna står för 51 % av orderkvantiteten	Leverantörerna står för 57 % av orderkvantiteten	WE Women slutfördes 2020 i Bangladesh och 2021 i Indien. Dröjsmål förekom på grund av covid-19. We Women infördes i Turkiet 2022.
			Antal fabriker som ordnade chefsutbildningar för kvinnor				Bangladesh: 14 fabriker (51 % av våra leverantörer), Indien: 2 fabriker (28 % av våra leverantörer)	Vi började mätningen 2022
			Antal kvinnliga chefer				Utgångspunkten i Bangladesh är 546 (10,7 % av cheferna), medan den i Indien är 62 (8,4 % av cheferna)	

## RESPEKTERA PLANETEN

TEMA	MÅL	DEFINITIONS- OCH UPPFÖLJNINGSRAM – ARBETET PÅGÅR	SUPPLEMEN- TAL KPIS	FRAMSTEG 2019	FRAMSTEG 2020	FRAMSTEG 2021	FRAMSTEG 2022	NOTER	
Klimat	By 2023, we are climate neutral in Lindex's own operations	Ja		Utsläppen har minskat med 22 %	Utsläppen har minskat med 23 %	Utsläppen har minskat med 58 %	Utsläppen har minskat med 58 %	Jämfört med 2017	
	By 2030, we have achieved 50% reduction of CO <sub>2</sub> emissions in Lindex's total value chain (with 2017 as baseline)	Ja				Utsläppen har minskat med 22 %	Utsläppen har minskat med 22 %	Exklusive konsumenternas användning	
Cirkulär ekonomi	By 2026, 100% of Lindex's materials are recycled or sustainably sourced	Ja		65 %	68 %	78 %	80 %	Ett klädesplagg anses vara i linje med vårt mål på 100 % om det innehåller minst 50 % "mer hållbara material." Med "mer hållbara material" avser vi att råvarorna kommer från en förnybar eller återvinningsbar källa och att fibreorna odlas eller produceras med metoder som medför mindre negativa konsekvenser för naturresurser än konventionella alternativ	
	By 2026, 70% of all products include a minimum of 15% recycled content	Ja				16 %	27 %	Vi har ställt upp ett specifikt mål för återvunna fibrer, och därigenom förlängdes vårt åtagande till 2026 i stället för tidigare 2025	
	By 2025, our entire assortment will be designed for longevity and/or circularity	Ja				50 % av teamen har börjat designa produkter enligt våra principer för cirkulär ekonomi	61 % av teamen har börjat designa produkter enligt våra principer för cirkulär ekonomi	Hittills har vi följt upp hur många team som börjat använda våra 10 principer för cirkulär design. Framöver kommer vi att justera uppföljningen enligt EU-regleringen av ekologisk design	
	By 2025, all our own stores have functioning collection and recycling systems for paper and plastic waste streams	Ja				89 %	92 %	96 %	
	By 2025, all paper and plastic packaging follow our circular materials strategy	Ja						Alla transport- och lagerförpackningar i plast består till 100 % av återvunnet material	



Vårt  
hållbarhetsarbeteHållbar  
affärsverksamhetMiljömässig  
hållbarhetSocial  
hållbarhetMåltabeller, rapporterings-  
principer och GRI-index

## RESPEKTERA PLANETEN

TEMA	MÅL	DEFINITIONS- OCH UPPFÖLJNINGSRAM – ARBETET PÅGÅR	SUPPLEMENTAL KPIS	FRAMSTEG 2019	FRAMSTEG 2020	FRAMSTEG 2021	FRAMSTEG 2022	NOTER
Naturresurser	Fram till 2025 mäter Lindex alla affärspartner med vattenintensiv verksamhet sin vattenförbrukning samt har fastställt reduktionsmål och införlivat reduktion, återanvändning och återvinning av avloppsvatten i sina miljöhanteringssystem	Ja		Kartläggning och verifiering pågår	Grundlig kartläggning av vattenrelaterade risker enligt tier 1 och 2 är klara. Vi har också utvecklat en handlingsplan för varje marknad i syfte att nå våra mål.	88 %	79 %	För 2022 baserar sig detta på tier 1-leverantörer med vattenintensiv verksamhet (25 % av vår totala volym). Våra kriterier är nu mer strikta än 2021, vilket är orsaken till att andelen minskade 2022. För 2021 omräknades siffran till följd bättre tillgång till data. Ytterligare information om vår vattenstrategi finns på sida 55.
	Fram till 2025 har vi eliminerat alla utsläpp av farliga och giftiga substanser från Lindex leveranskedja samt främjat en mer transparent och hållbar användning av kemikalier	Ja		Kartläggning och verifiering pågår	Vi har fokuserat på att utvidga kartläggningen och verifieringen. Läs mer om kemikaliehanteringsplattformen BHive@ och vår nya PPP på sida 58.	91 %	79 %	För 2022 baserar sig detta på tier 1-leverantörer med vattenintensiv verksamhet (25 % av vår totala volym). Våra kriterier är nu mer strikta än 2021, vilket är orsaken till att andelen minskade 2022. Ytterligare information om vår vattenstrategi finns på sida 55.
			Andel vertikala leverantörer i Bangladesh, Indien, Turkiet, Pakistan och som följer lokala nationella krav eller högre standarder (ZDHC) i fråga om avloppsvatten.				100 %	
			Andel tier 1-leverantörer som ger anställda tillgång till rent vatten och sanitetsutrymmen enligt sociala revisioner.				100 %	

## SÄKERSTÄLLA MÄNSKLIGA RÄTTIGHETER

TEMA	MÅL	DEFINITIONS- OCH UPPFÖLJ- NINGSRAM – ARBETET PÅGÅR	SUPPLEMENTAL KPIS	FRAM- STEG 2019	FRAMSTEG 2020	FRAMSTEG 2021	FRAMSTEG 2022	NOTER
<b>Rättvist och anständigt arbete</b>	Fram till 2025 har Lindex leverantörer, som står för 80 % av vår produktion, helt transparenta leveranskedjor	Framskrider						Medan vi redan har kartlagt stora delar av vår leveranskedja, håller den IT-infrastruktur som behövs för att möjliggöra SC-transparens och spårbarhet fortfarande på att utvecklas.
	Fram till 2025 har Lindex leverantörer, som står för 80 % av vår produktion, förbundit sig till att förbättra arbetsvillkoren	Ja			77 %	70 %	72 %	Andel av Lindex leverantörer, som står för 80 procent av vår produktion och som förbundit sig till att förbättra arbetsvillkoren.
	Fram till 2025 har Lindex leverantörer, som står för 80 % av vår produktion, infört ett program för löner som det går att leva på	Ja				40 %	83% (målet har överträffats)	
			Andel tier 1-leverantörer som utbetalar lön digitalt				98 %	
			Andel av de 30 största leverantörerna som utför självbedömningar			40 %	86 %	
			Andel av de 30 största leverantörerna som räknar ut lön som det går att leva på med Anker & Anker-metoden			40 %	83 %	
			Diskriminering och trakasserier i Lindex egen verksamhet	Huvudkontoret har deltagit i utbildning i trakasserier och diskriminering på arbetsplatsen	Framstegen mättes inte 2020 på grund av fokus på covid-19	During 2021, there was one case of discrimination in Norway and one case of harassment in Sweden reported to HR; both were resolved during the year.	Under 2022 förekom ett fall via vårt whistleblowing-system. Det uppkarades under året.	
<b>Mångfald, jämsliddhet och inkludivitet (DEI)</b>	En inkluderande arbetsplats	Framskrider					Lindex har bestämt sig för att utbilda alla chefer och team i DEI. Utbildningar för chefer på huvudkontoret påbörjades under andra kvartalet 2022.	Området kommer att utvecklas fortlöpande, och målen uppdateras under processen. Framstegen följs upp med hjälp av specifika frågor i Lindex Voice.
	Ökad mångfald	Framskrider					Ett mål har ställts och beslut fattats om att nå målet med hjälp av kommunikation, medvetenhet och fokus på könsbalans. En välorganiserad process utvecklas.	Området kommer att utvecklas fortlöpande, och målen uppdateras under processen. Framstegen följs upp med hjälp av specifika DEI-frågor i Lindex Voice.

## RAPPORTERINGSPRINCIPER 2022

Hållbarhetsrapporten omfattar Stockmannkoncernens egen verksamhet mellan 1.1.2022–31.12.2022. Rapporten publiceras årligen. Koncernens rapporteringssegment är Stockmann och Lindex. Stockmanns dotterbolag Lindex publicerar även en egen hållbarhetsrapport med mer detaljerad information om bolagets hållbarhetsarbete på Lindex hemsida [lindex.com](https://www.lindex.com). Stockmanns hållbarhetsrapport publiceras i början av år 2023.

Hållbarhetsrapporten följer de reviderade kraven från Global Reporting Initiative (GRI). Stockmann har i sin hållbarhetsrapportering fokuserat på uppgifternas noggrannhet, balans, tydlighet, jämförbarhet, upprepbarhet, fullständighet och på hållbarhetskontexten och verifierbarheten.

I miljöstatistiken rapporteras också information om varuhusens hyresgäster. Leveranskedjan behandlas i den omfattning som definieras i väsentlighetsanalysen. GRI-indikatorer har valts baserat på väsentligheten. Målet är att rapportera relevanta indikatorer för de viktigaste verksamhetsländerna, vilka är Finland och Sverige baserat på omsättningen och antalet anställda. På grund av skillnader i rapporteringen mellan avdelningarna, rapporteras vissa indikatorer som beskriver personalen och miljön endast för Finlands del. Principerna för mätning och redovisning beskrivs i samband med de aktuella indikatorerna.



## GRI-INDEX

GRI-standarder för offentliggörande		Plats	Kommentarer	SDG's
<b>GRI 2: Allmänna uppgifter (2021)</b>				
<b>Organisatorisk profil</b>				
2-1	Organisatoriska detaljer	Vårt hållbarhetsarbete s. 4 Bakomslaget		
2-2	Enheter som ingår i organisationens hållbarhetsrapportering	Rapporteringsprinciper, s. 57		
2-3	Rapporteringsperiod, frekvens och kontaktpunkt	GRI-index	Rapporteringsperioden för granskningen är räkenskapsåret från 1 januari till 31 december 2022. Rapporten publiceras årligen. Mer information: <a href="mailto:csr@stockmann.com">csr@stockmann.com</a>	
2-4	Omformuleringar av information	GRI-index	"Förändringar rapporteras i samband med relevanta resultatindikatorer. B.l.a. har CO <sub>2</sub> beräkningen utökats till mera omfattande och därmed är inte tidigare beräkningsår jämförbara." "	
2-5	Externa garantier	GRI-index	Hållbarhetsrapporten har inte verifierats av en tredje part. Finansiella indikatorer, som presenteras i bokslutet är granskade av auktoriserade revisorer.	
<b>Aktiviteter och arbetstagare</b>				
2-6	Aktiviteter, värdekedja och andra affärsrelationer	Hållbar affärsverksamhet, s. 17-25		
2-7	Anställda	Socialt ansvar, s. 40-42		5,8,10
2-8	Arbetstagare som inte är anställda	Socialt ansvar, s. 45	Uppgifter om det totala antalet arbetstagare som inte är anställda finns inte tillgängligt. Datainsamlingen kommer att utvecklas i framtiden.	5,8,10
<b>Styrning</b>				
2-9	Styrningsstruktur och sammansättning	Förvaltning, s. 2-4, s.6-8		
2-10	Externa initiativ	Förvaltning, s. 2-4, s. 6-7		
2-11	Ordförande för det högsta styrande organet	Förvaltning, s. 2, s. 6		
2-12	Det högsta styrande organets roll i övervakningen av förvaltningen av effekter.	Vårt hållbarhetsarbete, s. 9-10 Förvaltning, s. 3-4		
2-13	Delegering av ansvaret för förvaltning av effekter	Vårt hållbarhetsarbete, s. 9-10 Förvaltning, s. 4		
2-14	Det högsta ledningsorganets roll i hållbarhetsrapporteringen	Vårt hållbarhetsarbete, s. 9-10		
2-15	Intressekonflikter	Vårt hållbarhetsarbete s. 10 Hållbar affärsverksamhet s. 27 Förvaltning s. 10		
2-16	Kommunikation av kritiska frågor	Vårt hållbarhetsarbete, s. 10		
2-17	Kollektiv kunskap hos det högsta styrande organet	GRI-index	Styrelsen har inte fått hållbarhetsutbildningar anordnade av Stockmann-koncernen.	
2-18	Utvärdering av det av högst styrande organs arbete	Förvaltning, s. 3		
2-19	Ersättningspolicy	Ersättning s. 2-4 Förvaltning s. 2, s. 9-10		
2-20	Process för att fastställa ersättningar	Ersättning s. 2-4 Förvaltning s. 2, s. 9-10		
2-21	Förhållning årlig totalkompensation		Uppgifter saknas i rapporten. Datainsamlingen kommer att utvecklas i framtiden.	



Vårt hållbarhetsarbete	Hållbar affärsverksamhet	Miljömässig hållbarhet	Social hållbarhet	Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index
<b>GRI-standarder för offentliggörande</b>		<b>Plats</b>	<b>Kommentarer</b>	<b>SDG's</b>
<b>Strategi, politik och praxis</b>				
2-22	Uttalande om strategin för hållbar utveckling	Vårt hållbarhetsarbete, s. 3 Affärsöversikt, s. 7		
2-23	Politiska åtaganden	Vårt hållbarhetsarbete, s. 6, s.10 Hållbar affärsverksamhet, s. 18-19, s. 22-23 Socialt ansvar s. 38 Förvaltning, s. 4-5 Stockmannkoncernens webbsidor: <a href="https://www.stockmanngroup.com/sv/policyn-och-principer">https://www.stockmanngroup.com/sv/policyn-och-principer</a>		
2-24	Förankring av politiska åtaganden	Vårt hållbarhetsarbete, s. 6-13 Hållbar affärsverksamhet, s. 16-24, s. 27 Miljöansvar, s.29-36 Socialt ansvar, s. 38-45		
2-25	Processer för att åtgärda negativa effekter	Vårt hållbarhetsarbete, s. 10 Hållbar affärsverksamhet, s. 21-24		
2-26	Mekanismer för att söka råd och ta upp problem	Vårt hållbarhetsarbete, s. 10		
2-27	Efterlevnad av lagar och förordningar	GRI-index	År 2022 förekom inga rättegångar eller domar relaterade till antitrustöverträdelser, karteller eller missbruk av en dominerande ställning.	
2-28	Medlemsföreningar	Stockmannkoncernens webbsidor: Medlemskap i organisationer och intresseorgan <a href="https://www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer">https://www.stockmanngroup.com/sv/aktiviteter-i-organisationer</a>		17
<b>Intressenternas engagemang</b>				
2-29	Strategi för att engagera intressenterna	Vårt hållbarhetsarbete, s. 13		
2-30	Kollektivavtal	Socialt ansvar, s. 44		
<b>GRI 3: Materiella ämnen (2021)</b>				
3-1	Process för att fastställa väsentliga ämnen	Vårt hållbarhetsarbete, s. 11-12		
3-2	Lista över väsentliga ämnen	Vårt hållbarhetsarbete, s. 11-12		
3-3	Hantering av väsentliga ämnen	Vårt hållbarhetsarbete, s. 7-12 Hållbar affärsverksamhet, s. 21-26 Miljöansvar, s. 29-30 Socialt ansvar, s. 38-39		
<b>Ekonomiska standarder</b>				
<b>GRI 201: Ekonomiskt resultat (2016)</b>				
201-1	Direkt ekonomiskt värde som genereras och distribueras	Hållbar affärsverksamhet, s. 25-26		8
<b>GRI 204: Upphandlingsmetoder (2016)</b>				
204-1	Andel av utgifterna för lokala leverantörer	Hållbar affärsverksamhet, s. 18 Stockmannkoncernens webbsidor: Lista över leverantörer och fabriker <a href="https://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista">https://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista</a>	Delvis rapporterad. En leverantör- och fabrikslista över modets egna varumärken är tillgänglig på sidan <a href="http://www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista">www.stockmanngroup.com/sv/leverantor-och-fabrikslista</a> och Index leverantör- och fabrikslista, som inkluderar produktionsanläggningar, bearbetningsanläggningar och Tier 2-fabriker är tillgänglig på sidan <a href="http://about.index.com/sustainability/how-we-work/suppliers-and-factories/">about.index.com/sustainability/how-we-work/suppliers-and-factories/</a>	12

Vårt hållbarhetsarbete	Hållbar affärsverksamhet	Miljömässig hållbarhet	Social hållbarhet	Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index
GRI-standarder för offentliggörande		Plats	Kommentarer	SDG's
<b>GRI 205: Antikorruption (2016)</b>				
205-2	Kommunikation och utbildning om korruptionsbekämpningspolitik och korruptionsförfaranden.	Hållbar affärsverksamhet, s. 27 Stockmannkoncernens webbsidor: Anti-korruptionspolicy <a href="https://www.stockmanngroup.com/sv/antikorrup-tionspolicy">https://www.stockmanngroup.com/sv/antikorrup-tionspolicy</a>		
205-3	Bekräftelse av korruptionsincidenter och vidtagna åtgärder	Hållbar affärsverksamhet, s. 27		
<b>GRI 206: Konkurrensbegränsande beteende (2016)</b>				
206-1	Rättsliga åtgärder för konkurrenshämmande beteende, antitrust, och monopolistiska metoder.	GRI-index	År 2022 förekom inga rättegångar eller domar relaterade till antitrustöverträdelser, karteller eller missbruk av en dominerande ställning.	
<b>Miljönormer</b>				
<b>GRI 301: Material (2016)</b>				
301-3	Återvunna produkter och deras förpackningsmaterial	Miljöansvar, s. 34	Denna aspekt har bedömts som väsentlig, men beräkningsmodellen för nyckeltalet är inte lämplig för Stockmanns verksamhet. Delarna "Ansvarsfull shoppingmiljö" (26-31) ger information om lösningar för förpackningsmaterial och bärkassar som stöder den cirkulära ekonomin.	12,13
<b>GRI 302: Energi (2016)</b>				
302-1	Energiförbrukning inom organisationen	Miljöansvar, s. 31	Beräkningen har utökats för att uppfylla SBT:s kriterier. SBT-målen kommer att fastställas under Q2.	13
302-2	Energiförbrukning utanför organisationen	Miljöansvar, s. 31	Beräkningen har utökats för att uppfylla SBT:s kriterier. SBT-målen kommer att fastställas under Q2.	13
<b>GRI 303: Vatten och avloppsvatten (2018)</b>				
303-3	Vattenuttag	Miljöansvar, s. 31		
<b>GRI 305: Utsläpp (2016)</b>				
305-1	Direkta växthusgasutsläpp (Scope 1)	Miljöansvar, s. 32	Beräkningen har utökats för att uppfylla SBT:s kriterier. SBT-målen kommer att fastställas under Q2.	13
305-2	Indirekta utsläpp av växthusgaser från energi (scope 2)	Miljöansvar, s. 32	Beräkningen har utökats för att uppfylla SBT:s kriterier. SBT-målen kommer att fastställas under Q2.	13
305-3	Andra indirekta växthusgasutsläpp (Scope 3)	Miljöansvar, s. 32	Beräkningen har utökats för att uppfylla SBT:s kriterier. SBT-målen kommer att fastställas under Q2.	13
<b>GRI 306: Avfall (2020)</b>				
306-2	Hantering av betydande avfallsrelaterade effekter	Miljöansvar, s. 36		12
306-3	Producerat avfall	Miljöansvar, s. 36		12
<b>Sociala standarder</b>				
<b>GRI 401: Sysselsättning (2016)</b>				
401-1	Nyanställningar och personalomsättning	Socialt ansvar, s. 42		5,8
401-2	Förmåner som ges till heltidsanställda och som inte ges till tillfälligt anställda eller deltidsanställda.	Socialt ansvar, s. 45		8
<b>GRI 402: Relationer mellan arbetsmarknadens parter (2016)</b>				
402-1	Minimala uppsägningstider vid operationella ändringar i verksamheten	GRI-index	Vi följer de uppsägningstider som anges i arbetslagstiftningen i samtliga verksamhetsländer. I Finland är uppsägningstiden från två veckor till sex månader beroende på anställningsförhållandets längd. I Sverige är uppsägningstiden från en vecka till flera månader beroende på anställningsförhållandets längd och förändringen. Minimiuppsägningstider i anslutning till omstruktureringssituationer har inte fastställts i handelsbranschens avtal om arbetsvillkor.	8

Vårt hållbarhetsarbete	Hållbar affärsverksamhet	Miljömässig hållbarhet	Social hållbarhet	Måltabeller, rapporteringsprinciper och GRI-index
GRI-standarder för offentliggörande		Plats	Kommentarer	SDG's
<b>GRI 403: Hälsa och säkerhet på arbetsplatsen (2018)</b>				
403-3	Företagshälsövårdstjänster	Socialt ansvar, s. 43		8
403-9	Arbetsrelaterade skador	Socialt ansvar, s. 43	År 2022 förekom inga dödsfall på grund av arbetsolyckor eller allvarliga arbetsolyckor.	8
<b>GRI 404: Utbildning och fortbildning (2016)</b>				
404-1	Genomsnittligt antal utbildningstimmar per år och anställd	Socialt ansvar, s. 42-43	Delvis rapporterad.	8
404-3	Procentuell andel anställda som får regelbundna utvärderingar av sina prestationer och sin karriärutveckling.	Socialt ansvar, s. 42	Delvis rapporterad.	8
<b>GRI 405: Mångfald och lika möjligheter (2016)</b>				
405-1	Mångfald i ledningsorganen och bland de anställda	Socialt ansvar, s. 40-42		5,8
405-2	Förhållandet mellan kvinnors och mäns grundlöner och ersättningar	Socialt ansvar, s. 40		5,8
<b>GRI 406: Icke-diskriminering (2016)</b>				
406-1	Diskrimineringsincidenter och vidtagna korrigerande åtgärder	Socialt ansvar, s. 40-41		5,8
<b>GRI 407: Föreningsfrihet och kollektivavtal (2016)</b>				
407-1	Verksamheter och leverantörer där rätten till föreningsfrihet och kollektiva förhandlingar kan äventyras	Hållbar affärsverksamhet, s. 18-20 Stockmannkoncernens webbsidor: Leverantörsbedömning för arbetsmarknadspraxis och mänskliga rättigheter <a href="https://www.stockmanngroup.com/sv/manskliga-rattigheter-och-arbetsforhallanden">https://www.stockmanngroup.com/sv/manskliga-rattigheter-och-arbetsforhallanden</a>	De flesta av Stockmann-koncernens egna anställda arbetar i länder som klassificeras av amfori BSCI som lågriskländer för brott mot de mänskliga rättigheterna. Fullgörandet av föreningsfrihet i försörjningskedjan övervakas genom egna granskningar som utförs av en tredje part.	8
<b>GRI 414: Social bedömning av leverantörerna (2016)</b>				
414-1	Nya leverantörer som granskats med hjälp av sociala kriterier	Hållbar affärsverksamhet, s. 18-20	75 % av Stockmann-divisionens leverantörer av egna varumärken har undertecknat Stockmanns uppförandekod.	8,12
414-2	Negativa sociala effekter i leveranskedjan och vidtagna åtgärder	Hållbar affärsverksamhet, s. 27		8,12
<b>GRI 415: Offentlig politik (2016)</b>				
415-1	Politiska bidrag	GRI-index	Stockmann ger inga direkta eller indirekta bidrag eller donationer till politiker, politiska partier eller relaterade organisationer.	
<b>GRI 416: Kundernas hälsa och säkerhet (2016)</b>				
416-2	Bristande efterlevnad av bestämmelserna om produkters och tjänsters inverkan på hälsa och säkerhet.	Hållbar affärsverksamhet, s. 22		12
<b>GRI 417: Marknadsföring och märkning (2016)</b>				
417-2	Bristande efterlevnad av information om och märkning av produkter och tjänster.	Hållbar affärsverksamhet, s. 24		12
417-3	Bristande efterlevnad i fråga om marknadskommunikation	Hållbar affärsverksamhet, s. 24		12
<b>GRI 418: Kundernas integritet (2016)</b>				
418-1	Välgrundade klagomål om kränkningar av kundernas integritet och förlust av kunduppgifter	Hållbar affärsverksamhet, s. 24		

# STOCKMANN

Alexandersgatan 52 B  
PB 220  
00101 Helsingfors  
Tel. +358 9 1211  
[stockmann.com](http://stockmann.com)  
[stockmanngroup.com](http://stockmanngroup.com)

**Inköpskontorens  
kontaktuppgifter**  
[stockmanngroup.com](http://stockmanngroup.com)

**Kommunikation och CSR**  
Media Desk,  
Tel. +358 50 389 0011  
(vardagar kl. 9-16)  
[info@stockmann.com](mailto:info@stockmann.com)  
[investor.relations@stockmann.com](mailto:investor.relations@stockmann.com)

**stockmann.com**  
Kundtjänst:  
[kundtjanst@stockmann.com](mailto:kundtjanst@stockmann.com)  
Tel. +358 9 1211

**Varuhusens  
kontaktuppgifter**  
Finland: [stockmann.com](http://stockmann.com)  
Estland: [stockmann.ee](http://stockmann.ee)  
Letland: [stockmann.lv](http://stockmann.lv)

# LINDEX

Nils Ericsonsplatsen 3  
PB 233  
401 23 Göteborg, Sverige  
Tel. +46 31 739 5000  
[lindex.com](http://lindex.com)  
[about.lindex.com](http://about.lindex.com)

**lindex.com**  
Kundtjänst:  
[customerservice-se@lindex.com](mailto:customerservice-se@lindex.com)  
Tel. +358 800 130 730

## FÖLJ OSS



### STOCKMANN

[facebook.com/stockmannCOM](https://facebook.com/stockmannCOM)  
[instagram.com/stockmanncom](https://instagram.com/stockmanncom)  
[fi.pinterest.com/stockmanncom/](https://fi.pinterest.com/stockmanncom/)  
[linkedin.com/company/stockmann-oyj-abp](https://linkedin.com/company/stockmann-oyj-abp)  
[twitter.com/stockmannFI](https://twitter.com/stockmannFI)  
[flickr.com/photos/stockmanngroup](https://flickr.com/photos/stockmanngroup)  
[youtube.com/stockmannCOM](https://youtube.com/stockmannCOM)

### LINDEX

[facebook.com/lindex](https://facebook.com/lindex)  
[instagram.com/lindexofficial](https://instagram.com/lindexofficial)  
[linkedin.com/company/lindex](https://linkedin.com/company/lindex)  
[twitter.com/lindexofficial](https://twitter.com/lindexofficial)  
[youtube.com/lindex](https://youtube.com/lindex)