

## Storebrands rapportering på bærekraft 2013

Scorecard for bærekraft viser konsernets definerte mål innen bærekraft - de viktigste for Storebrand å rapportere til aksjemarkedet. De er sentrale i rapporteringen til relevante indekser som Dow Jones Sustainability Index og FTSE4Good. Scorecard for bærekraft eies og følges opp av konsernets leder for Bærekraft. Eierskapet til indikatorene er godt forankret internt. Leder for bærekraft og konserndirektørene for virksomhetsområdene setter i fellesskap mål for Storebrands arbeid med bærekraft. Statusrapportering skjer kvartalsvis til konsernledelsen og årlig til styret.

Storebrand har signert FNs prinsipper for ansvarsfull forretningsdrift (UN Global Compact). Prinsippene omfatter følgende områder: menneskerettigheter, arbeidstakeres rettigheter, miljø og anti-korrupsjon. Vi støtter FNs prinsipper for bærekraftige investeringer (PRI) og FNs prinsipper for bærekraftig forsikring (PSI). Storebrand har vært en drivende kraft bak utviklingen av World Business Council for Sustainable Developments Vision 2050 og arbeider således mot en verden i 2050 der "9 milliarder mennesker lever godt og innenfor vår planets ressurser". Bærekraftarbeidet reguleres gjennom retningslinjer som revideres årlig og fastsettes av styret i Storebrand ASA.

Storebrand har publisert rapporter innen miljø og samfunnsansvar siden 1995, og har siden 2008 vært integrert i konsernets årsrapport. Storebrand benytter Global Reporting Initiative (GRI) sine retningslinjer for rapportering om bærekraft som et verktøy. Vår rapporteringspraksis er i all hovedsak i samsvar med GRIs rapporteringsprinsipper og tilfredsstillende nivå B+. Storebrand ønsker åpenhet og stiller krav til etterrettelighet og kvalitet i bærekraftarbeidet. Resultatene er derfor gjennomgått og attestert av Deloitte AS. Deres konklusjon fremgår av revisors uttalelse på side 165 i årsrapporten. Dette øker troverdigheten til rapporteringen og dataene, samt en bedre sikkerhet internt for at informasjon er innhentet, sammenstilt og kvalitetssikret på en hensiktsmessig måte.

Rapporteringen består av to elementer: Konsernets scorecard for bærekraft og tekster om de viktigste aktivitetene i 2013. Scorecard for bærekraft er publisert på side 166-168 i konsernets årsrapport, mens tekstene er publisert på side 16-18. Rapporteringen er avgrenset til konsernets aktiviteter i Norge, Sverige og Baltikum, der alle selskaper som er konsolidert i konsernregnskapet er inkludert. I scorecard for bærekraft er det så langt det er mulig rapportert på resultater for konsernet som helhet. Forskjeller i informasjonstilgang og rutiner for innhenting og sammenstilling av data gjør imidlertid at det for enkelte indikatorer kun er rapportert for konsernets virksomhet i Norge. Det legges stor vekt på å sikre at opplysningene er fullstendige og korrekte, men noe usikkerhet kan likevel knyttes til enkelte deler av tallmaterialet. Detaljer knyttet til

definisjon og avgrensning av den enkelte indikator finnes nederst i dette dokumentet.

Scorecard for bærekraft er bygd opp rundt den tredelte bunnlinjen (økonomisk verdiskaping, sosialt ansvar og miljøhensyn) og de viktigste interessentgruppene (eiere, kunder, ansatte, leverandører og det internasjonale og nasjonale samfunnet). Det er utviklet indikatorer for de viktigste skjæringspunktene mellom konsernet og interessentgruppene, altså der konsernet i vesentlig grad påvirker eller påvirkes av interessentene. Handlingsplanen skal gjenspeile konsernets langsiktige strategi for bærekraft, og temaene som belyses vil i liten grad variere fra rapporteringsperiode til rapporteringsperiode. Målene for hver indikator settes for en toårsperiode og vil gjenspeile konsernets ambisjoner på kortere sikt for å realisere strategien for bærekraft. I årsrapporten for 2013 rapporteres resultat 2012 og 2013, samt mål for 2013-2014.

Bærekraft er et langsiktig tema. Derfor supplerer vi våre to-års mål med langsiktige fem-års mål for perioden 2013-2017. To bør kommenteres særskilt. Det første er et volummål på forvaltet kapital i bærekraftfondet Storebrand Trippel Smart og SPP Global Topp 100. Dette understreker vår intensjon om å spre kunnskap om og løfte betydningen av bærekraftige investeringer hos våre kunder. Det andre målet rapporterer gjennomsnittlig bærekraftscore i livporteføljene. Med bærekraftanalysen og poeng fra 0-100 brukt til Storebrand Trippel Smart som utgangspunkt, er konsernets livporteføljer gjennomlyst og gitt en gjennomsnittlig bærekraftscore for aksjer, renter, skog, eiendom og alternative investeringer. Konsernet har satt et mål for hvor stor andel av balansen som skal være investert i det vi mener er i forkant i den bærekraftige omstillingen. Ambisjonen er at livporteføljene årlig skal øke andelen investeringer i bærekraftige selskaper for alle aktivaklasser.

Tekstene om bærekraft i rapporten belyser temaer som har vært særlig viktige i 2013. Interne prosesser, mediebildet i Norge og Sverige og dialog med viktige interessenter er faktorer som har vært relevante når vi har valgt ut og prioritert hvilke temaer som skal belyses i tekstene. Vi forventer at rapporten i hovedsak vil brukes av eiere, investorer, kunder, akademia og nasjonale og internasjonale ratingbyråer.

### Samspill med interessenter

Eiere har mulighet til å gi innspill til konsernet på generalforsamlingen, der vanlige temaer er den økonomiske verdiskapingen i selskapet og enkeltsaker som enkeltaksjonærer ønsker svar på. Konsernet informerer eiere, analytikere og investorer om selskapets verdiskaping gjennom børsmeldinger, kvartalspresentasjoner og i årsrapporten. Vi gjennomfører kundeundersøkelser for å vite hva kundene mener om oss. Vi måler tilfredshet og lojalitet, i tillegg til at vi undersøker hvordan kundene oppfatter våre medarbeideres kompetanse,

reaksjonsdyktighet og personlige behandling. Resultatene er viktige styringsverktøy for vårt kontinuerlige forbedringsarbeid. Konsernet har en systematisk oppfølging av alle klager som mottas, med klare krav til kvalitet i svarene, behandlingstid og intern læring.

Dialogen med ansatte foregår i formelle fora som arbeidsmiljøutvalg, konsernstyret og tillitsvalgte, gjennom årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse og uformelle kanaler som intranett, ledermøter og allmøter. Arbeidsglede, interne endringsprosesser og kompensasjonsordning er vanlige temaer i dialogen med ansatte. Fortsatt dialog med de ansatte på hovedkontoret om inneklima, kildesortering mv. har vært viktig for å drifte hovedkontoret på en måte som er positiv for de ansatte,

selskapet og miljøet. Dialogen har blant annet ført til justeringer i innetemperatur og ventilering.

Konsernet møter nye leverandører i innkjøpsprosessen, samt at det gjennomføres jevnlig statusmøter med de viktigste leverandørene. Konsernets retningslinjer for innkjøp stiller krav om miljø og samfunnsansvar hos leverandørene, og innkjøpsprosessen er en viktig arena for å finne ansvarlige og langsiktige løsninger sammen med leverandørene.

Konsernet er synlig i samfunnet gjennom deltakelse i viktige fora nasjonalt og internasjonalt, medlemskap i organisasjoner, på nasjonale og internasjonale konferanser og gjennom kronikker og debattinnlegg i Norge og Sverige.

# Forklaring til scorecard for bærekraft 2013 og mål for 2013-2017

## Økonomisk verdiskaping

Storebrands hovedoppgave er å bidra til samfunnets verdiskaping gjennom god lønnsomhet. Som aktør i en næring med langiktig horisont, vet vi at morgendagens vinnere er de selskapene som evner å forene samfunnsmessig nytte med egen lønnsom vekst. Denne måten å arbeide med verdiskaping på vil bidra til både redusert risiko og nye forretningsmuligheter knyttet til blant annet investeringer, kreditt og produkt- og tjenesteutvikling.

Indikator	Definisjon og avgrensning
<b>Eiere</b>	
Solvensmargin i Storebrand Livsforsikring	I henhold til note 12 i årsrapport for Storebrand ASA 2013.
Dow Jones Sustainability Index	Kvalifisert til indeksen og oppnådd poengsum.

## Sosialt ansvar

Konsernets samspill med kunder, ansatte og leverandører er avgjørende for Storebrands visjon; "Våre kunder anbefaler oss". Et inkluderende arbeidsmiljø legger til rette for å rekruttere, beholde og utvikle dyktige og motiverte ansatte som møter kundene med troverdighet og kompetanse.

Indikator	Definisjon og avgrensning
<b>Kunder</b>	
FNs prinsipper for bærekraftige investeringer (UN PRI)	Status 2013 utgår da UN PRI implementerer ny rapporteringsmodell. Rapportering vil bli påstartet når ny modell er utviklet av UN PRI.
Gjennomsnittlig bærekraftscore i livporteføljene	Gjennomsnittlig bærekraftscore i livporteføljene fastsettes ut fra den totale investeringsporteføljen i Storebrand ASA med en snittscore på en skala fra 0-100 poeng. Investeringer som ikke har en bærekraftscore tildeles 50 poeng. Porteføljen er inndelt i tre investeringsklasser: aksjer, rentebærende og alternative investeringer for best å reflektere dagens oppdelingsprinsipp av tilganger i investeringsporteføljen. Metodikken er utarbeidet og beregningene utføres av avdelingen for bærekraftige investeringer i Storebrand.
Investeringer i mikrofinans – social impact	Indikator utgår fra rapportering. Inngår i rapporteringen for gjennomsnittlig bærekraftscore i livporteføljen
Volum bærekraftfond – Storebrand Trippel Smart SPP Global Topp 100	Storebrand-konsernets flaggskip innen bærekraftige investeringer heter Storebrand Trippel Smart i Norge og SPP Global Topp 100 i Sverige. Disse fondene investerer i beste aktører innenfor hver sektor basert på analyser gjennomført av Storebrand's avdeling for bærekraftige investeringer. Indikatoren rapporterer forvaltet kapital i bærekraftfondet SPP Global Topp 100 (inkluderer beholdningen fra fond-i-fond Storebrand Trippel Smart.) Summen er følgelig omregnet fra SEK til NOK.
Net Promoter Score (NPS)	Net Promotor Score (NPS) er en metodikk som viser andel kunder som svarer 9 og 10 minus de som svarer 0-6 på spørsmålet "På en skala fra 0-10, i hvilken grad vil du anbefale Storebrand til en venn eller kollega?" Gjelder Norske Privatmarkedet.
Kundeløfte nr. 3: Alle våre relasjoner, løsninger og tiltak er bærekraftige	Kvartalsvis undersøkelse utført av Norstat med følgende spørsmål: "Nedenfor er det listet noen påstander om Storebrand. Vennligst ta stilling til disse på en skala fra 1-10, der 1 er helt uenig og 10 er helt enig". Et av disse spørsmålene er kundeløfte nummer 3: Alle våre relasjoner, løsninger og tiltak er bærekraftige. Gjelder Norsk Privat marked.

Forebygging og avdekking av økonomisk kriminalitet, hvitvasking og korrupsjon	<p>Indikator sammensatt av fem delkomponenter:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compliance gjennom utdanning – ansatte som etter Finanstilsynets anbefaling bør ha gjennomført e-læringskurs i hvitvasking.</li> <li>2. Hvitvaskingsforum – Storebrands interne fora for hvitvasking skal møtes minst fire ganger per år.</li> <li>3. Eksterne fagfora – Storebrand skal være representert i eksterne fagfora vedrørende økonomisk kriminalitet.</li> <li>4. Avdekke økonomisk kriminalitet – Storebrand skal arbeide aktivt for å avdekke korrupsjon og svindel.</li> <li>5. Kurs i korrupsjon – samtlige ledergrupper under konsernledelsens direktører skal ha gjennomført kurs i korrupsjon.</li> </ol>
Klagebehandlingstid	<p>Andel av registrerte klager som er ferdig behandlet innen 3 uker (21 kalenderdager eller mindre) fra startdato-sluttdato av behandlingen. Målingen omfatter ikke klagesaker som behandles av eksterne klageinstanser, inkludert rettstvist. En klage er en skriftlig eller muntlig henvendelse fra en kunde som uttrykker misnøye/uenighet med en avgjørelse eller beslutning, og som fører til en skriftlig tilbakemelding fra Storebrand. Målingen omfatter både helsevurderinger og ordinære klager fra alle deler av konsernet.</p>
<b>Ansatte</b>	
Etikk-arbeid i konsernet	<p>Indikator sammensatt av fire delkomponenter:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ansattbevissthet - Score for spørsmålsformulering: "Jeg har et klart bilde av betydningen av de etiske retningslinjene i mitt daglige arbeid" i årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova.</li> <li>2. Andel ansatte som tar e-læringskurset. Måles hvert tredje år og ble sist målt i 2010. For sammenliknbarhet blir resultat 2010 (93 %) stående til det erstattes av ny måling, presumptivt i 2013.</li> <li>3. Andel avdelings/-gruppemøter hvor Storebrands etiske regler og/eller etiske dilemmaer har vært tema det siste året. Målt i internkontrollundersøkelse.</li> </ol>
Sykefravær	<p>Antall sykefraværstimer delt på antall arbeidstimer. Omfatter SPP (inkl. Nordben og Euroben), Storebrand Norge (10 selskaper, ekskl. Hadrian) og Storebrand Baltic.</p>
Ansattes arbeidsglede	<p>Aktiviteter for å definere konsernets ambisjon innen de ansattes arbeidsglede. Indikatoren er sammensatt av fire spørsmålsformuleringer i årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hvor tilfreds er du generelt sett som medarbeider på arbeidsplassen din?</li> <li>2. Forestill deg det perfekte sted å være ansatt: Hvor nært opptil dette idealet kommer din arbeidsplass?</li> <li>3. Jeg føler meg motivert i jobben min</li> <li>4. Jeg gleder meg til å gå på jobb hver dag</li> </ol>
Andel kvinnelige ledere	<p>Definert som lederstilling med personalansvar. Prosjektlederstillinger er ikke inkludert.</p>
Mangfold	<p>Indikator for Mangfold er sammensatt av tre spørsmålsformuleringer i årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jeg støtter Storebrands ambisjon om at sammensetningen av de ansatte skal avspeile samfunnet som helhet og preges av mangfold.</li> <li>2. Jeg mener sammensetningen av ansatte i Storebrand avspeiler samfunnet som helhet og preges av mangfold.</li> <li>3. I hvilken grad føler du deg likebehandlet uavhengig av alder, kjønn, tro, funksjonshemming, etnisitet eller seksuell orientering?</li> </ol>
Ansattes kjennskap og støtte til Storebrands arbeid med bærekraft	<p>Sammensatt av to spørsmål fra årlig medarbeidertilfredshetsundersøkelse utført av Ennova:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jeg kjenner til hovedelementene i Storebrand-konsernets arbeid med samfunnsansvar.</li> <li>2. Jeg synes det er verdifullt at Storebrand-konsernet ønsker å være ledende på samfunnsansvar.</li> </ol>
<b>Leverandører</b>	
Miljøkrav til leverandører	<p>Andel norske og svenske eksisterende leverandører med hovedavtale som er CO<sub>2</sub>-nøytrale, sertifisert som Miljøfyrtårn eller ISO 14001 sertifisert.</p>

## Miljøhensyn

Storebrand arbeider systematisk for å redusere forretningsdriftens belastning på miljøet, både i forhold til egen drift, eiendomsforvaltning, investeringer og innkjøp. Områder der vi har stor miljøpåvirkning er energiforbruket på eiendommene vi forvalter selv, energiforbruket på hovedkontoret og flyreiser.

Indikator	Definisjon og avgrensning
<b>Samfunnet</b>	
CO <sub>2</sub> -utslipp	CO <sub>2</sub> -utslipp fra konsernets norske og svenske virksomhet. Inkluderer direkte og indirekte utslipp, herunder transport, energiforbruk på hovedkontoret, flyreiser og avfall på hovedkontoret i Oslo og Stockholm. Energiforbruk i egenforvaltede eiendommer måles og rapporteres, men inngår ikke i konsernets klimaregnskap, da det ikke er utslipp fra konsernets aktiviteter. Klimaregnskapet beregnes av CO2Focus basert på deres metodikk. CO2Focus benytter en nordisk miks som grunnlag for beregning av utslippet fra el-kraft.
Flyreiser (enkeltreiser)	Antall enkeltreiser pr. årsverk foretatt av ansatte i konsernets norske og svenske virksomhet i tjenesteøyemed. Basert på rapport over antall enkeltreiser fra reiseoperatøren.
Hovedkontoret: Energiforbruk	Temperaturkorrigert energiforbruk per kvadratmeter oppvarmet areal på konsernets hovedkontor Lysaker Park. Totalt forbruk registrert fra energileverandører (el og fjernvarme) korrigeres for gatevarme, oppvarming av garasjeanlegg og kjøling av IKT-rom.
Vannforbruk Avfallssortering	Målt vannforbruk i m <sup>3</sup> vann per m <sup>2</sup> oppvarmet areal basert på data registrert i energinet.net. Sorteringsgrad: andel av avfallet som er sortert ved kilden. Nær alt avfall gjenvinnes. Restavfall (ikke sortert ved kilden) sorteres maskinelt av renovatør. En stor andel av denne fraksjonen går til material- eller energigjenvinning, og kun en mindre andel til deponi.
Egenforvaltede eiendommer: Energiforbruk	Temperaturkorrigert energiforbruk per kvadratmeter oppvarmet areal på egenforvaltede eiendommer fra 31.12.2012 i Norge. Basert på tall fra energileverandør (el og fjernvarme/kjøling) registrert i energinet.net.
Vannforbruk Avfallssortering	Målt vannforbruk i m <sup>3</sup> vann per m <sup>2</sup> oppvarmet areal basert på data registrert i energinet.net. Sorteringsgrad: andel av avfallet som er sortert ved kilden. Nær alt avfall gjenvinnes. Restavfall (ikke sortert ved kilden) sorteres maskinelt av renovatør. En stor andel av denne fraksjonen går til material- eller energigjenvinning, og kun en mindre andel til deponi.
Eksternt forvaltede eiendommer: Energiforbruk	Nullpunktmåling 2012 angir graddagskorrigert energiforbruk i kWh/m <sup>2</sup> . Omfatter de eiendommer hvor den eksterne forvalteren i hovedsak dekker energiforsyning og energibruk, og utgjør omtrent halvparten av samlet eksternt forvaltet areal. Eiendommer hvor leietaker selv har hånd om energiavtaler, energianlegg og forvaltning (barehouseavtaler) er ikke inkludert.
Miljøsertifisering av egenforvaltet eiendom	Andel av egenforvaltet eiendom i Norge som er sertifisert i henhold til den norske miljøsertifiseringsordningen Miljøfyrtårn, ISO 14001 eller tilsvarende. Per areal.
Papirforbruk	Forbruk av kontorpapir (kopi- og brevpapir), konvolutter, reklamepapir brukt i eget grafisk senter, samt eksternt opptrykkede og lovpålagte brev-vedlegg i tonn.

Kontaktperson: Leder for Bærekraft Matthew Smith, [matthew.smith@storebrand.no](mailto:matthew.smith@storebrand.no)