

Storebrands rapportering på bærekraft 2014

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), versjon G4, sine retningslinjer for rapportering om bærekraft som et verktøy. Vår rapporteringspraksis er i all hovedsak i samsvar med GRIs rapporteringsprinsipper og tilfredsstillende nivå CORE. 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 160 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 2014. Scorecard for bærekraft er publisert på side 18-19 i konsernets årsrapport, mens tekstene er publisert på side 12-16. 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 (styresett, sosialt ansvar og miljø) 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 2014 rapporteres resultat 2013 og 2014, samt mål for 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 for aksjer og eiendom i livporteføljene. Med bærekraftanalysen og poeng fra 0-100 brukt til Storebrand Trippel Smart som utgangspunkt, er konsernets livporteføljegjennomlyst og gitt en gjennomsnittlig bærekraftscore for aksjer og eiendom. 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.

Tekstene om bærekraft i rapporten belyser temaer som har vært særlig viktige i 2014. 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. Vi fører også dialog med interessenter og kunder på sosiale medier.

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. Helse og sikkerhet dekkes gjennom kollektive avtaler med lokale fagforeninger i Norge og Sverige, og gjelder for alle ansatte. Spesifikke temaer er blant annet overtid, arbeidsmiljø, helserelaterte spørsmål og sykefravær. I 2014 deltok 1 300 ansatte på e-lærings-kurs og 1 500 ansatte ble undervist i områder som forsikring, kapitalforvaltning samt etikk og korrupsjon. Alle ansatte gjennomfører systematiske evalueringer inkludert karriereutvikling med sin overordnede to ganger i året.

Storebrand har per i dag flere hundre leverandører. Store vareområder regnet i innkjøpsvolum er IT, strøm og drift av eiendommer, samt tjenester innen forsikring (sykepleie og tilhørende tjenester, bilreparasjoner, boligreparasjoner og annet).

IT-innkjøp omfatter maskinvare, programvare og tjenester.

Spesifikke bærekraftrelaterte risikoer knyttet til IT-leverandører kan gjelde både arbeidstakernes rettigheter i produksjonen og selskapenes rolle som leverandører til regimer der sensur eller kontroll av befolkningen er vanlig.

Bærekraft er en viktig del av Storebrands innkjøpspolicy, og det er et område som vektlegges under leverandørevalueringen ved nye innkjøp. I forbindelse med innkjøp blir leverandører til Storebrand oppfordret til å attestere og dokumentere policy for kontroll av underleverandører, policy for etikk, korrupsjon, menneskerettigheter og annet, i tillegg til opplysninger om selskapet er CO₂-nøytralt, eventuelle miljøsertifiseringer som ISO 14001, Svanen, Miljøfyrtårn, EMAS og annet.

Storebrand foretar en omfattende analyse av hvert enkelt selskap som Storebrand investerer i, og ekskluderer bedrifter som krenker internasjonale normer. Disse bedriftene ekskluderes ved innkjøp som leverandører til Storebrand. Listen for samtlige sektorer inneholder per i dag 171 internasjonale selskaper. Storebrand har for

eksempel ekskludert store globale IT-leverandører på grunn av problemstillinger i ulike ledd av leverandørens verdikjede, både oppstrøms og nedstrøms.

Mange av Storebrands leverandører og forholdet til dem er styrt av ulike regelverk, og faller inn under myndighetstilsyn i Norge og Sverige, f.eks. Finanstilsynet/Finansinspeksjonen. Et eksempel på innkjøp der relevante krav til bærekraft har vært en integrert og avgjørende faktor, er innkjøpet av ny leverandør for bankvirksomhet som ble gjennomført i 2014.

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.

Vesentlighetsanalyse basert på interessentdialog

Vesentlighetsanalysen skal gi et bilde av hvilke emneområder det er viktigst at Storebrand arbeider med. Viktigst for bedriften og for samfunnet. Vi presenterer resultatet av analysen i en matrise som har samfunnsnytte på y-aksen og nytte for bedriften på x-aksen.

Som grunnlag for matrisen har Storebrand først hentet frem bakgrunnsmateriale basert på dagens praksis i Storebrand, andres analytikervurdering av Storebrand, ekspertintervjuer, tidligere interessentdialoger med eksterne interessenter og case-studier fra andre ledende aktører i samme bransje. Analysen viste 28 områder som skulle kunne være vesentlige for Storebrand, og denne bruttolisten ble siden testet eksternt og internt gjennom spørreundersøkelser og workshops. Spørreundersøkelsen ble sendt ut til utvalgte eksterne interessenter og til utvalgte interne representanter. Storebrand har også gjennomført en workshop i Stockholm med utgangspunkt i svarene på undersøkelsene.

De viktigste interessentene er utvalgt fordi det er disse som vi i vesentlig grad påvirker eller som i vesentlig grad påvirker oss.

Storebrand påvirker fremfor alt sine omgivelser gjennom den kapitalen som Storebrand plasserer for sine kunders regning, og gjennom sin direkte forretningsvirksomhet innen den finansielle sektoren. Storebrand arbeider aktivt med en omfattende bærekraftanalyse av samtlige investeringer som gjøres, noe som omfatter ca. 500 milliarder kroner.

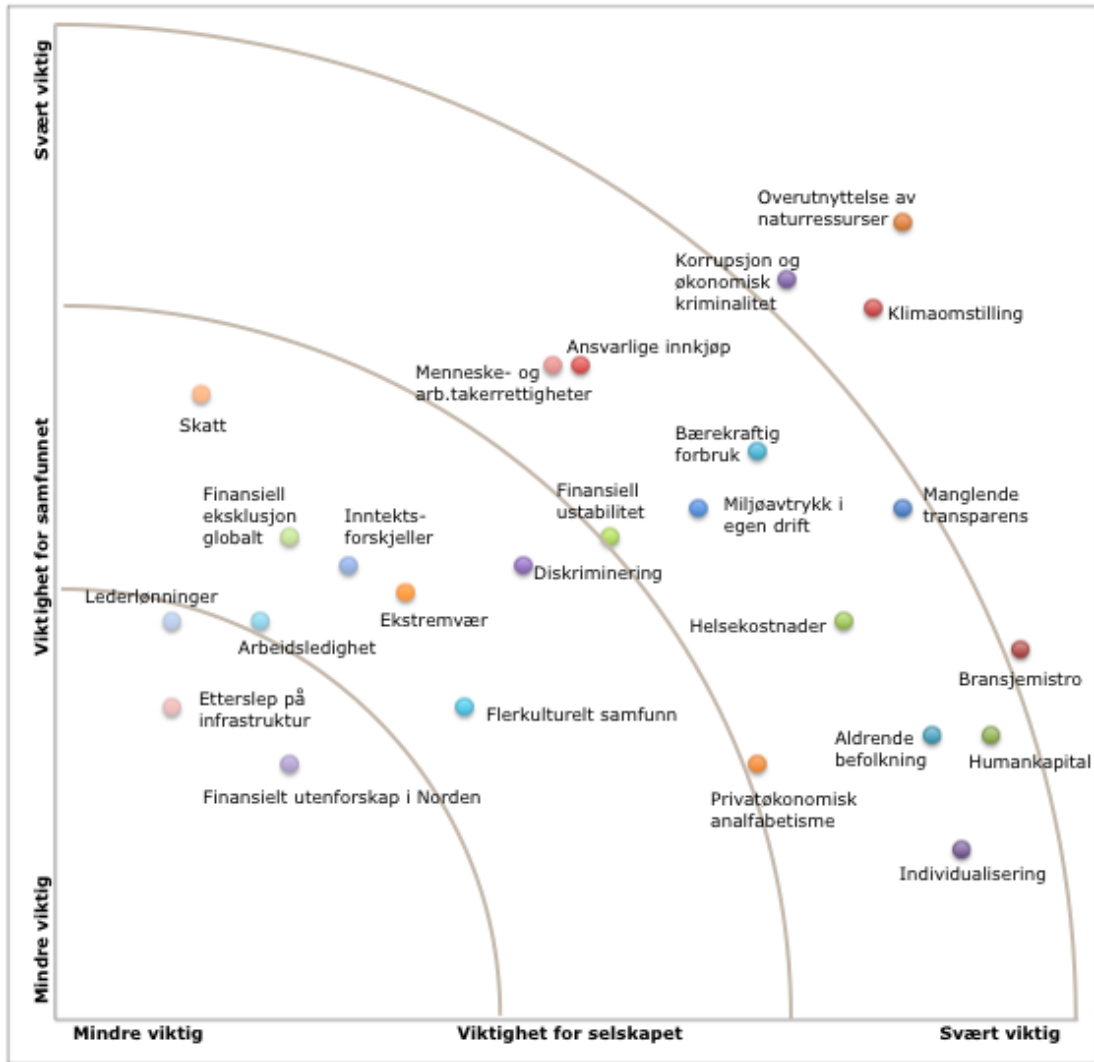
Vesentlighetsanalysen viser at de aller viktigste områdene for Storebrand å jobbe med, er følgende:

- 1) Mistro til finansbransjen
 - a. Dette er et aspekt som Storebrand påvirkes av direkte i forhold til våre primære kunder. Storebrand påvirker også samfunnet og kunder gjennom å opptre ansvarlig, gjennom å være på kundens side og gjennom aktivt å fremme og vise effekten av bærekraftig kapitalforvaltning.

- b. Dette aspektet er relevant for alle organisatoriske deler av Storebrand, deriblant administrasjon, salg og kapitalforvaltning, men i noe mindre grad drift av eiendommer og forretningsstøttende funksjoner som IT.
- 2) Klimaomstilling
- a. Storebrand og Storebrands interessenter mener at bærekraft og omstillingen til en verden med lavere CO²-utslipp er et av de viktigste spørsmålene av strategisk og økonomisk betydning for de fleste bransjer i alle deler av verden. Dette er en godt integrert del av Storebrands kapitalforvaltning, og analysen gjelder samtlige forvaltede midler. Storebrand har per i dag av klimahensyn ekskludert 48 bedrifter innen områdene kullproduksjon, oljesand og palmeolje.
 - b. Dette er relevant for alle deler av Storebrand internt, inkludert drift av fast eiendom og reiser, men vår aller største påvirkning skjer gjennom våre investeringer. Derfor er dette en integrert del av vår kapitalforvaltning.
- 3) Korrupsjon og økonomisk kriminalitet
- a. Finansbransjen er en tillitsbransje, og dette er et aspekt som påvirker fortroligheten og tiltroen til Storebrand.
 - b. Dette er like viktig for alle deler av Storebrand, og derfor er dette en del av den opplæringspakken som alle ansatte må gjennom.
- 4) Overutnyttelse av naturressurser
- a. Storebrand og Storebrands interessenter mener at bærekraft er et av de viktigste spørsmålene av strategisk og økonomisk betydning for de fleste bransjer i alle deler av verden. Dette er en godt integrert del av Storebrands kapitalforvaltning, og analysen gjelder samtlige forvaltede midler. Spørsmålet om overutnyttelse av naturressurser er ett av tre grunnleggende analyseområder der Storebrand evaluerer alle selskaper i sitt investeringsunivers (per i dag ca. 2 500 bedrifter).
 - b. Storebrand påvirker dette aspektet aller mest gjennom sine investeringer, og derfor er dette en integrert del av vår kapitalforvaltning. Vi følger imidlertid også med på ressursforbruket ved å overvåke reiser og annet kontorforbruk.

5) Vesentlighetsmatrise

Hvilke områder innenfor bærekraft er det viktigst for Storebrand å arbeide med for å skape verdi for bedriften og samfunnet?



Aldrende befolkning	<u>Aging population</u>	Inadequate handling of rising costs and new social challenges arising from an aging population
Ansvarlige innkjøp	<u>Responsible procurement</u>	Missing an overview of the origins and production conditions in the supply chain
Arbeidsledighet	<u>Unemployment</u>	Rising unemployment in Europe, especially among youth
Bransjemistro	<u>Industry distrust</u>	Weak or lack of confidence in the financial sector
Bærekraftig forbruk	<u>Sustainable consumption</u>	Private consumption is higher than society's long-term capacity, customers must consume more sustainable products
Diskriminering	<u>Discrimination</u>	Various opportunities based on gender, cultural background and performance
Ekstremvær	<u>Extreme weather</u>	Increasing extent of damage caused by extreme weather
Etterslep på infrastruktur	<u>Need for better infrastructure</u>	Back log of necessary investments in infrastructure, both related to transport, energy, water and waste water, waste and ICT
Finansiell eksklusjon globalt	<u>Financial exclusion globally</u>	The poor are caught in a spiral of poverty due to lack of access to financial services
Finansiell ustabilitet	<u>Financial instability</u>	Bubble economies, weak capital coverage in financial institution or increasing debt ratio.
Finansielt utenforskap i Norden	<u>Financial exclusion in the Nordic countries</u>	Weak groups in the Nordic countries get poorer safety net because of lack of access to financial services
Flerkulturelt samfunn	<u>Multicultural society</u>	Failure to make multi culturalism a resource in society
Helsekostnader	<u>Health costs</u>	Increasing welfare costs related to disability, illness and lifestyle (diet, alcohol and tobacco)
Humankapital	<u>Human capital</u>	Recruitment and skills development for employees
Individualisering	<u>Individualizing</u>	The transfer of responsibility from the welfare state to private individuals - health, pension etc.
Inntektsforskjeller	<u>Income differences</u>	Increasing difference in income between the richest and the poorest
Klimaomstilling	<u>Climate Restructuring</u>	Lack of restructuring among businesses, households and governments to a low carbon society
Korrupsjon og økonomisk kriminalitet	<u>Corruption and Economic Crime</u>	Gains offenses related to financial transactions
Lederlønninger	<u>Executive Compensation</u>	Business managers are rewarded disproportionately compared to owners (dividends) and employees (wages, pensions and job security)
Manglende transparens	<u>Lack of transparency</u>	Lack of transparency about internal processes and criteria
Menneske- og arbeidstakerrettigheter	<u>Human and labor rights</u>	Violations of basic human and labor rights
Miljøavtrykk i egen drift	<u>Environment Impression in their own operations</u>	Mismatch between its own operations and requirements of others - related to energy, water, paper, waste, flights etc.
Overutnyttelse av naturressurser	<u>Overexploitation of natural resources</u>	Not sustainable use of natural resources, pressure on ecosystem services and reduced biodiversity leads to competition for scarce resources
Privatøkonomisk analfabetisme	<u>Private Financial illiteracy</u>	Lack of understanding of personal finance
Skatt	<u>Tax</u>	Unethical adaptation of organizations and transactions to avoid paying taxes