



S-RYHMÄN **VASTUULLISUUSKATSAUS**
2012



Haluamme olla vastuullisuuden edelläkävijöitä

S-ryhmä otti vuonna 2012 tavoitteekseen olla vastuullisuuden kotimainen edelläkävijä kaikilla toimialoillaan. Tavoite on kova ja vaatii paljon työtä, mutta mitenkään mahdoton tuo päämäärä ei ole.

Jo nyt S-ryhmän vastuullisuus on kansainvälisestikin arvioiden hyvällä tasolla. Samalla on silti rehdisti tunnustettava, että eri toimialojemme kesken on eroja: yhdellä alalla olemme kulkenneet jo valtaosan matkasta, mutta toisella taivalta on edessä vielä enemmän.

S-ryhmän vastuullisuus ankkuroituu vahvasti maamme eri alueille. Ryhmän itsenäisten osuuskauppojen perustehtävähän on tuottaa etuja ja palveluita juuri oman toiminta-alueensa asukkaille. Samalla ne ovat jo toista sataa vuotta tuottaneet hyvinvointia ja elinvoimaa alueelleen ja koko Suomeen.

Osuuskauppojen omistajina ovat tavalliset asiakkaat, eivät ketkään muut. Siksi S-ryhmässä juuri asiakasomistajiemme odotukset määrittelevät, miten vastuullisuuden ymmärrämme ja mitä sen puolia korostamme. Samalla se velvoittaa meidät tarjoamaan heille mahdollisuuden vastuullisiin valintoihin.

Kerromme tässä katsauksessa asiakasomistajiemme ja muiden sidosryhmiemme odotusten täyttymisestä.

Vastuullisen toiminnan kehittämisessä sidosryhmien painoarvo on noussut voimakkaasti viime vuosina. Tavoitteemme olla vastuullisuuden edelläkävijä edellyttää siksi yhä avoimempaa ja laajempaa vuoropuhelua eri sidosryhmien kanssa. Keskustelussa haluamme kuulla kriittisiäkin mielipiteitä, sillä ne auttavat meitä ennakoimaan muutoksia toimintaympäristössä. Monasti saamme myös arvokasta oppia itsellemme uusista asioista.

Arvoisa vastuullisuuskatsauksen lukija, kuluneena vuonna olemme keskittyneet erityisesti vastuullisuuden johtamiseen ja vastuullisuusraportoinnin kehittämiseen. Sen tulokset alkavat näkyä jo tässä katsauksessa, mutta kehitystyön suurimmat vaikutukset tulevat toivottavasti esille tulevien vuosien toiminnassamme.

Mutta paljon näkyy jo nyt. Tähän loppuun haluan nostaa esimerkiksi etenemisemme tuulivoiman käytössä. Aiemmin olemme kertoneet, että vuonna 2016 neljännes kuluttamastamme sähköstä on tuulivoimaa, mutta nyt pystymme





nostamaan tuon arvion jo vähintään
puoleen kulutuksestamme.

Toivotan antoisia lukuhetkiä vastuullisuus-
katsauksemme seurassa, ja tervetuloa
käymään vuoropuhelua kanssamme!



Kuisma Niemelä
SOK:n pääjohtaja





SUOMEN
OSUUSKAUPPOJEN
KESKUSKUNTA (SOK)

PL 1, 00088 S-RYHMÄ
puh. 010 76 8011
www.s-kanava.fi

Lisätietoja S-ryhmän vastuullisuuskatsauksesta:

Lea Rankinen, *vastuullisuusjohtaja*
Pia Heilakka, *kehityspäällikkö*

sähköpostiosoitteet ovat muotoa: etunimi.sukunimi@sok.fi

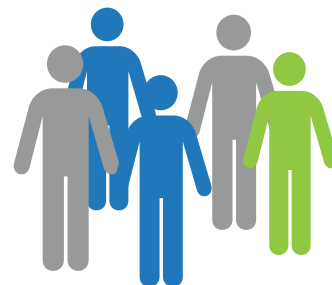


Me kysyimme, mikä teidän mielestänne on vastuullisuudessa olennaista.



Te pohditte...

kierrätys energiansäästö
hyvinvointi aito lähipuoka
tuote puhtaus
vastuullisuus turvallisuus
alkuperä luottamus



ja kerroitte meille.

Näin syntyivät neljä pääteemaa:



Hyvinvointia osuustoiminnalla



Henkilöstön hyvinvointi ja motivaatio



Vastuulliset tuotteet ja palvelut



Resurssitehokkuus



2

S-ryhmä
lyhyesti



20

Hyvinvointia
osuustoiminnalla



36

Henkilöstön
hyvinvointi ja
motivaatio



44

Vastuulliset
tuotteet ja
palvelut



68

Resurssi-
tehokkuus



84

S-ryhmä
numeroina



S-ryhmässä asiakas on omistaja

S-ryhmä on suomalainen, osuustoiminnallinen kaupan ja palvelualan yritysryhmä. Se muodostuu Suomen Osuuskauppojen Keskuskunnasta (SOK) ja sen tytäryhtiöistä, 20 alueosuuskaupasta ja kahdeksasta paikallisosuuskaupasta. Osuuskauppojen jäsenet eli asiakasomistajat omistavat osuuskaupat, jotka puolestaan omistavat keskusliike SOK:n.

S-ryhmän liiketoiminnan tarkoituksena on tuottaa monipuolisia palveluja ja etuja asiakasomistajille kaikkialla Suomessa. Kaiken toiminnan lähtökohtana ovat asiakkaiden arjen helpottaminen ja palvelutarpeet.

Yhteiskunnallisesti ja ympäristön kannalta vastuullisesti toimiva, kannattava liiketoiminta luo S-ryhmälle perustan pitkäjänteiseen ja hyödylliseen toimintaan yhteiskunnan osana. Kannattava liiketoiminta luo hyvinvointia työpaikkojen, verojen maksun ja investointien kautta.

Toiminta perustuu arvoihin

S-ryhmän arvot ovat kiteytyneet vuosikymmenien kuluessa. Ne korostavat vastuullista yritystoimintaa, jolle osuustoiminnallinen yritysmuoto ja siihen kuuluva asiakasomistajuus ovat luonteva perusta.

- Olemme asiakasta varten.
- Kannamme vastuuta ihmisistä ja ympäristöstä.
- Uudistamme jatkuvasti toimintaamme.
- Toimimme tuloksellisesti.

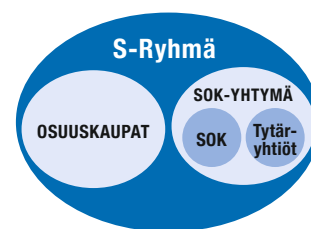
S-ryhmän liiketoiminta

- Päivittäis- ja käyttötavarakauppa
- Liikennemyymälä- ja polttonestekauppa
- Matkailu- ja ravitsemiskauppa
- Auto- ja autotarvikekauppa
- Maatalouskauppa (kolmen osuuskaupan alueella)
- Asiakasomistajien pankkipalvelut (S-Pankki)

S-ryhmän liiketoimintaa harjoitetaan valtakunnallisten ketjujen kautta. SOK tuottaa keskitetysti erilaiset ketjuohjaus-, palvelu- ja tukitoiminnot. Kun ketjutoimintaan yhdistetään alueosuuskauppojen hyvä paikallinen markkina- ja asiakastuntemus, syntyy tehokas s-ryhmäläinen liiketoimintamalli.

Kotimaan liiketoiminnan lisäksi S-ryhmällä on kansainvälistä liiketoimintaa Venäjällä ja Baltian maissa, jossa harjoitetaan marketkauppaa sekä majoitus- ja ravitsemiskauppaa. Pietarissa toimii kolme Sokos Hotellia ja Tallinnassa yksi. Prismoja on Virossa kahdeksan, Venäjällä 14, Latviassa viisi ja Liettuaassa kolme.

S-ryhmällä oli vuoden 2012 lopussa 1 697 toimipaikkaa, joista 1 663 oli Suomessa, 17 Baltiassa ja 17 Venäjällä. S-ryhmässä työskenteli vuoden 2012 lopussa 43 417 palvelualan ammattilaista.



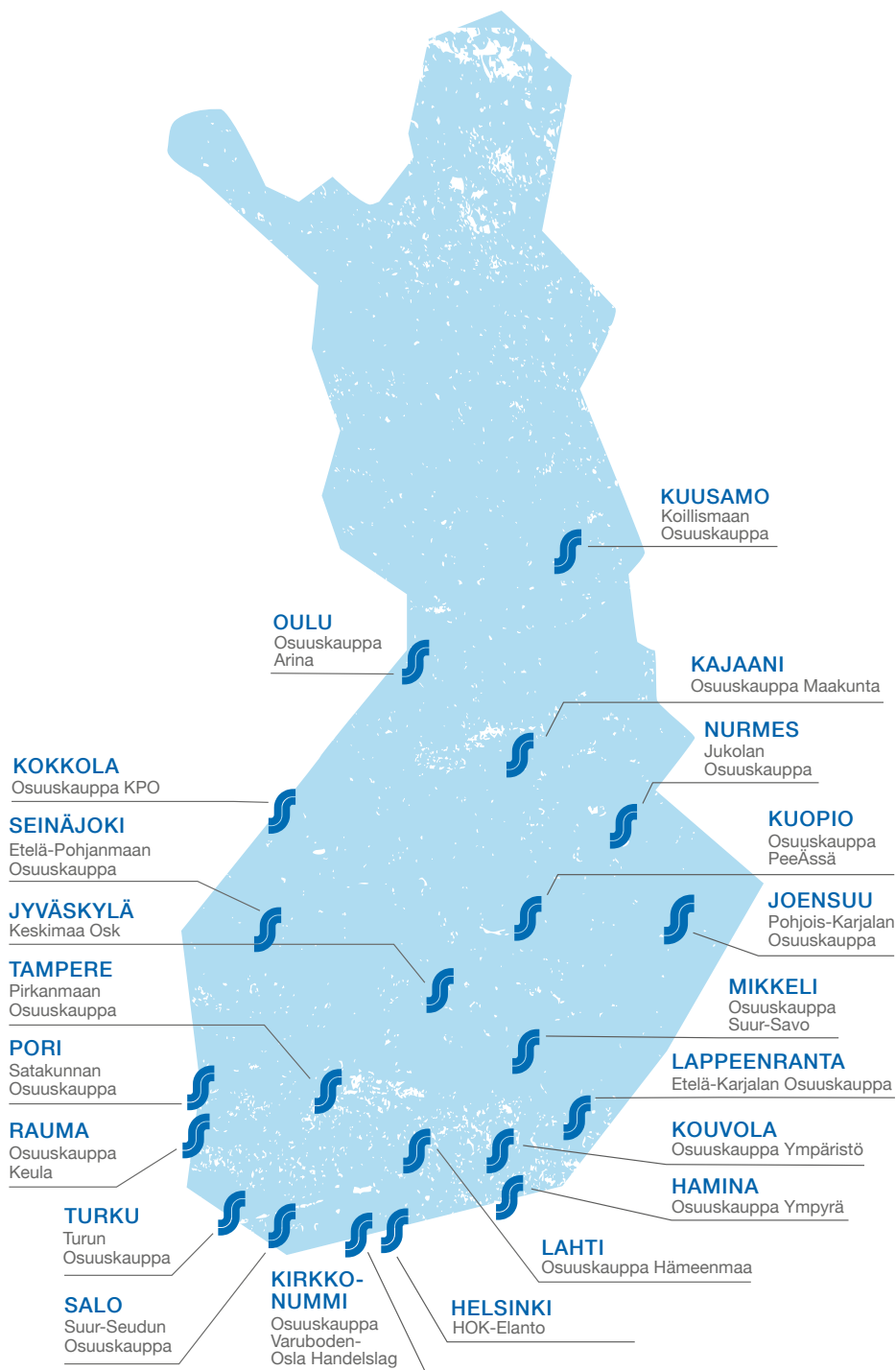
43 417



KAUPAN JA PALVELUALAN
AMMATTILAISTA

S-RYHMÄSSÄ TYÖSKENTELI
VUODEN 2012 LOPUSSA
43 417 KAUPAN JA PALVELU-
ALAN AMMATTILAISTA.

S-ryhmän alueosuuskaupat 31.12.2012

Keskeiset luvut 2012, M€
(sis. koko S-ryhmän)**12037**

VÄHITTÄISMYynti

9444

BONUSMYynti

379

MAKSETTU BONUS

573

INVESTOINNIT

212

S-RYHMÄN TULOS

2 055 227

ASIAKASOMISTAJAA

43 417TYÖNTEKIJÄÄ
(sis. koko S-ryhmän)**1697**TOIMIPAIKKAA
(sis. koko S-ryhmän ja verkkokaupat)**1663**TOIMIPAIKKAA SUOMESSA
(sis. 5 verkkokauppaa)**21**

OSUUSKAUPPAA



Edelläkävijäksi vastuullisuudessa

S-ryhmän toiminnan tarkoituksena on tuottaa etuja ja palveluja asiakasomistajille. Kaikkien s-ryhmäläisten jakama yhteinen tavoite on olla vastuullisuudessa edelläkävijä.

S-ryhmässä vastuullisuus on lainsäädännön vaatimukset ylittävää toimintaa, jonka perustana ovat S-ryhmän arvot ja vastuullisuusperiaatteet, SOK-yhtymän eettiset periaatteet sekä vastuullisuudelle asetetut yhteiset strategiset tavoitteet.

S-ryhmän strategisena tavoitteena on olla vastuullisuudessa edelläkävijä ja tämä linjaus on osa vuonna 2012 hyväksyttyä asiakkuusstrategiaa. Jotta vastuullisuusasioissa edetään kohti edelläkävijyyttä, olemme määritelleet S-ryhmän vastuullisuusohjelman.

S-ryhmän vastuullisuusohjelma

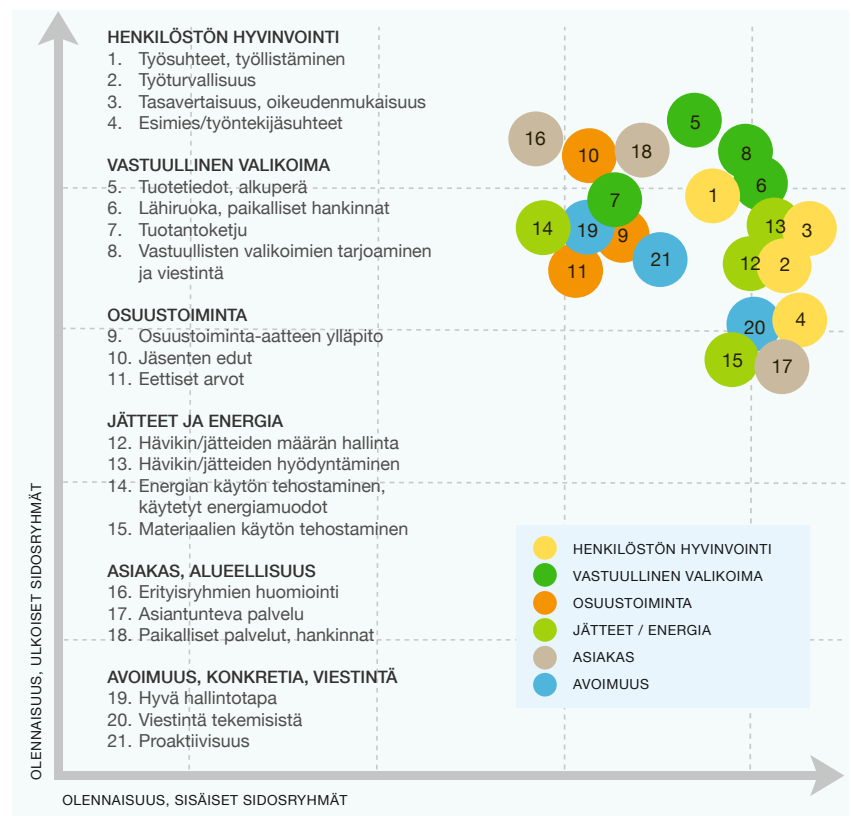
Kuluttajaosuuskuntana vastuullisen toiminnan kehittäminen on S-ryhmälle ennen kaikkea niiden asioiden tekemistä paremmin, joita asiakasomistajamme ja muut tärkeät sidosryhmämme kokevat olennaisiksi.

S-ryhmän vastuullisuusohjelman teemat ja kehittämisen painopistealueet sekä avaintunnusluvut perustuvat syksyllä 2011 tehtyyn sidosryhmäanalyysiin ja globaaleihin vastuullisuuden megatrendeihin. Vastuullisuusohjelman laatimisen yhteydessä teimme myös kansainvälisen selvityksen edelläkävijäyritysten vastuullisuudesta.

Olemme arvioineet sidosryhmien odotusten ja globaalien megatrendien vaikutusta S-ryhmän toimintaan niin riskien kuin mahdollisuuksien näkökulmasta. Ilmastonmuutoksen asettamat haasteet, niukkuus energiavaroista ja tulevaisuuden energiamuodot näemme liiketoimintamahdollisuutena investoimalla tuulienergiaan, panostamalla S-ryhmän omien toimipaikkojen energiatehokkuuden kehittämiseen sekä tarjoamalla vaihtoehtoisia ratkaisuja fossiilisille polttoaineille polttonestekaupassa.

Materiaali- ja vesivarojen niukkuuden ja ekosysteemien katoamisen merkitys tulee kasvamaan entisestään ja vaikuttaa tulevaisuudessa entistä enemmän globaalien tuotteiden riskiarviointiin ja valvontamenet-

OLENNAISUUSMATRIISI



Sidosryhmäkyselystä esiin nousseet teemat ovat vastuulliset tuotteet ja palvelut, henkilöstön hyvinvointi ja motivaatio, osuustoiminnallisuus sekä resurssitehokkuus. Myös tämän katsauksen rakenne on koostettu näiden teemojen ympärille.



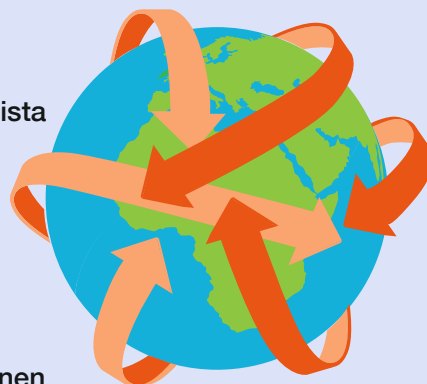
lyjen tehostamiseen niin tuoteturvallisuuden kuin ympäristö- ja sosiaalisen vastuun osalta. Globaalit haasteet on mahdollista kääntää mahdollisuuksiksi panostamalla avoimeen ja läpinäkyvään toimintatapaan sekä jatkuvaan vuorovaikutukseen sidosryhmien kanssa.

S-ryhmän vastuullisuusohjelma rakentuu neljästä teemasta: hyvinvointia osuustoiminnalla, henkilöstön hyvinvointi ja motivaatio, vastuulliset tuotteet ja palvelut sekä resurssitehokkuus.

Vuonna 2012 määrittelimme keskeiset kehittämisalueet vastuulliset tuotteet ja palvelut sekä resurssitehokkuus-teemoille. Määrittelytyön pohjaksi teetimme kansainvälisen selvityksen siitä, mitä samoilla toimialoilla toimivat edelläkävijäyritykset painottavat vastuullisuustyössään ja vertasimme tuloksia omaan toimintaamme. Kehittämisalueista kerromme lisää osioissa vastuulliset tuotteet ja palvelut sekä resurssitehokkuus.

GLOBAALIT MEGATRENDIT

Ilmastonmuutos
Energia & polttoaineet
Niukkuus materiaalivaroista
Niukkuus vesivaroista
Väestönkasvu ja ikääntyminen
Ruokavarmuus ja ruoan turvallisuus
Ekosysteemien katoaminen



Vastuullisuuden johtaminen

Vastuullisuus koskee S-ryhmässä kaikkia toimialoja ja siksi sitä johdetaankin s-ryhmätasoisesti.

S-ryhmätasoisesta vastuullisuusasioiden kehittämisestä, ohjauksesta, raportoinnista ja viestinnästä vastaa SOK Maine ja vastuullisuus -yksikkö. Sen toimintaa ohjaavat Asiakkuudet ja tieto sekä viestintä-toimialahallitus sekä osuuskauppojen ja toimialojen edustajista koostuva Maine ja vastuullisuus -ohjausryhmä.

Vastuullisuusasioiden johtamis- ja ohjausmalliin kuuluvat myös s-ryhmätasoiset teematyöryhmät: vastuulliset tuotteet ja palvelut sekä resurssitehokkuus. Teematyöryhmissä on asiantuntijoita S-ryhmän eri liiketoiminta-alueilta ja tukitoiminnoista. Työryhmien tehtävänä on s-ryhmätasoisien toimintamallien ja linjausten valmistelu sekä toimialarajat ylittävien tavoitteiden ja toimenpiteiden valmistelu ja toteutus. Työryhmien tavoitteena on myös parhaiden käytäntöjen jakaminen S-ryhmässä ja nykyisiin toimintamalleihin liittyvien riskien tunnistaminen sekä sidosryhmien osallistaminen olennaisien teemojen kehittämiseen.

Käytännön tavoitteiden ja toimenpiteiden määrittely ja seuranta ovat osa normaalia liiketoiminnan johtamista. Määritellyt toimenpiteet ja linjaukset viedään ketjuohjausten ohjeiden välityksellä sekä osuuskauppojen että tytäryhtiöiden toimeenpantaviksi. Tärkeintä on, että jokainen s-ryhmäläinen oivaltaa, miten voi omassa työssään vaikuttaa vastuullisuusperiaatteiden toteutumiseen.

Edellä kuvatun johtamis- ja ohjausmallin lisäksi SOK Maine ja vastuullisuus -yksikkö raportoi säännöllisesti konsernin johtoryhmälle toimintaympäristössä tapahtuvista muutoksista ja keskeisistä trendeistä, vastuullisuuden strategisen tavoitteen ja vastuullisuusohjelman toimeenpanosta ja vastuullisuusraportoinnin tuloksista. Toimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia, keskeisiä trendejä ja vastuullisuusohjelman toimeenpanoa seurataan myös säännöllisesti keskeisten liiketoiminta-alueiden johtoryhmissä. SOK:n hallintoneuvostolle raportoidaan vuosittain vastuullisuuden kehittämisestä ja erityisesti siitä, miten vastuullisuus työ näkyy asiakasomistajille.





Vastuullisuusraportointi

S-ryhmän ulkoista vastuullisuusraportointia ja -viestintää kehitetään ensisijaisesti vastaamaan asiakasomistajien, henkilöstön ja muiden sidosryhmien odotuksia.



Edelläkävijyys vastuullisuudessa edellyttää järjestelmällistä tunnusluvuilla johtamista ja seurantaa. Myös ulkoisen raportoinnin tulee olla avointa. Panostimme erityisesti näiden kehitystyöhön vuonna 2012.

Vuonna 2012 kuvasimme johtamisen tueksi avaintunnusluvut vastuullisuusohjelmassa määriteltyjen kehittämisalueiden seurantaan. Näitä ovat valmistusmaa- ja alkuperämaa-merkittyjen oma merkki -tuotteiden osuus kaikista oma merkki -tuotteista, omien merkkien ja oman maahantuonnin riskimaaostojen osuus auditoiduilta tavarantoimittajilta (työelämän oikeudet), sertifioitujen tuotteiden ja palveluiden määrä valikoimissa, jätteiden määrä ja hyötykäyttöaste, sähkön, lämmön, polttoaineiden ja vedenkulutus sekä se, monessako prosentissa toimipaikoista energian tavoitekulutus on määritetty.

Teetimme raportointia koskien ulkopuolisen selvityksen S-ryhmän vastuullisuuskatsauksen hyvistä käytännöistä ja kehittämiskohteista suhteessa alan kansallisiin ja kansainvälisiin eri tason GRI-raportointiohjeistoa soveltaviin raportoihin. Selvityksen mukaan eniten kehitettävää S-ryhmän vastuullisuusraportoinnissa oli tunnuslukujen mittaus- ja

laskentaperiaatteiden sekä johtamisperiaatteiden ja pitkän aikavälin tavoitteiden kuvaamisessa. Kiitosta saimme olenaisten vastuullisuusnäkökohtien määrittelystä ja sidosryhmytyön kuvaamisesta.

Vuonna 2012 määrittelimme myös uudelleen S-ryhmän vastuullisuuden tunnusluvut ja otimme käyttöön uuden tiedonkeruu- ja raportointijärjestelmän. Kokonaisuudessaan S-ryhmän vastuullisuusraportointi sisältää 144 tunnuslukua ja tiedonkeruu kattaa kaikki alueosuuskaupat sekä SOK-yhtymän Suomen toiminnot. Jokaisen tunnusluvun osalta on määritetty, kerätäänkö tieto toimipaikka-, ketju-, alueosuuskauppa- vai S-ryhmätasolla.

Tämä S-ryhmän vastuullisuuskatsaus on ensimmäinen, jossa sovellamme kansainvälistä GRI G3.1 -raportointiohjeistoa huomioiden kuitenkin S-ryhmän osuustoiminnallisen rakenteen. S-ryhmätasoinen vastuullisuuskatsaus kertoo koko S-ryhmän tasolla tehdyistä vastuullisuuslinjauksista ja niiden toimeenpanosta sekä keskeisistä tunnusluvuista ja toimenpiteistä Suomessa. Juridisesti itsenäisinä yrityksinä osuuskaupat myös raportoivat omasta vastuullisuustoiminnastaan osana vuosiesitteitään ja verkkosivujaan.

Sidosryhmätyö on vuoropuhelua

Avoin vuoropuhelu sidosryhmien kanssa on keskeinen osa S-ryhmän vastuullista yritystoimintaa. Luottamus S-ryhmään rakentuu läpinäkyvän toiminnan kautta.

S-ryhmällä on suurena ja monialaisena toimijana lukuisia yhtymäkohtia yhteiskunnan eri sektoreille ja siten myös paljon sidosryhmiä. S-ryhmän keskeisiä sidosryhmiä ovat muun muassa asiakasomistajat, henkilöstö, tavarantoimittajat, viranomaiset, kansalaisjärjestöt, poliittiset päättäjät, toimialajärjestöt ja median edustajat. S-ryhmässä toteutettiin vuonna 2011 laaja kyselytutkimus, jossa kartoitettiin sidosryhmille olennaisia vastuullisuuskysymyksiä. Sidosryhmien näkemyksiä ja heille olennaisia asioita arvioidaan myös jatkuvan sidosryhmävuorovaikutuksen kautta. Merkittävimmistä sidosryhmistä, asiakasomistajista ja henkilöstöstä, kerrotaan katsauksessa omissa osioissaan.

Sidosryhmävuoropuhelua käydään laajasti eri foorumeilla. Vuoropuhelua käydään esimerkiksi yksittäisissä tapaamisissa, seminaareissa, sosiaalisessa mediassa ja keskustelupalstoilla. Vaikka suurin osa

S-RYHMÄN SIDOSRYHMÄT





S-ryhmän toiminnasta on Suomessa, vaikuttavat sen toimintaan suuresti myös globaalit ja eurooppalaiset markkinat ja talous. Tämän vuoksi S-ryhmä on mukana myös kansainvälisissä ja eurooppalaisissa edunvalvonta- ja yhteistyö-organisaatioissa.

Suunnitelmallista sidosryhmätyötä

S-ryhmässä käydään sidosryhmävuoropuhelua suunnitelmallisesti ja tavoitteellisesti. Sidosryhmien odotuksia ja näkemyksiä huomioidaan jokapäiväisessä tekemisessä. Jatkuvan ja systemaattisen sidosryhmävuoropuhelun tavoitteena on osallistaa sidosryhmiä yrityksen toiminnan kehittämiseen, lisätä molemminpuolista ymmärrystä ja välittää tietoa S-ryhmästä ja sen toiminnasta.

Vuonna 2012 SOK:ssa aloitettiin sidosryhmävuoropuhelumallin kehittäminen. Organisaation eri osissa määriteltiin keskeiset sidosryhmät sekä niiden odotukset ja vaikutukset S-ryhmään. Analyysin pohjalta päätettiin sidosryhmätyön muodot kutakin ryhmää koskien. Lisäksi sovittiin vastuista vuoropuhelun jatkamiseksi tai käynnistämiseksi.

TYÖKALU SIDOSRYHMÄTYÖN SUUNNITTELUSSA

Sidosryhmä	Kenellä vastuu sidosryhmästä	S-ryhmän tavoitteet sidosryhmän suhteen	Sidosryhmän odotukset S-ryhmältä	Toimenpiteet
Kansalaisjärjestö A				
Ministeriö B				
Tutkimuslaitos X				
Yhdistys Y				

Avoimuudella rakennetaan luottamusta

S-ryhmä haluaa osallistua avoimesti ja proaktiivisesti yhteiskunnalliseen keskusteluun. Proaktiivinen ote tarkoittaa, että asioista kerrotaan jo silloin, kun toiminnalle on vasta asetettu tavoitteita. Erilaiset näkemykset otetaan huomioon ja kriittisistä näkemyksistä keskustellaan.

Avoin toimintatapa tarkoittaa käytännössä sitä, että vastaamme avoimesti meille esitettyihin kysymyksiin ja palautteisiin, on kyse sitten asiakaspalautteista tai kansalaisjärjestöjen kyselyistä. Esimerkiksi vuonna 2012 S-ryhmä vastasi kaikkiin suomalaisen yritysten vastuullisuutta tarkastelevan kansalaisjärjetön Finnwatchin tekemiin S-ryhmää koskeviin selvityksiin.

Vuonna 2012 kiinnitimme erityistä huomiota siihen, että media saa tietoa kaupan kysymyksistä aiempaa läpinäkyvämmiin. Järjestimme muun muassa median edustajille vuoden 2012 aikana viisi taustatilaisuutta lähinnä päivittäistavarakaupan ajankohtaisista aiheista. Lisäksi järjestimme taloustoimittajille oman taustatilaisuuden. Tilaisuuksissa keskusteltiin muun muassa kaupan keskittymisestä ja sen vaikutuksista sekä lähi- ja luomuruoan kehitysnäkymistä.

Kuuntelua ja oppimista

Arvioimme vastuullisuustyössä keskeisiä sidosryhmiä ja yhteistyön tarvetta sekä muotoja vastuullisuustavoitteiden saavuttamiseksi. Tavoitteenamme on rakentaa keskeisten sidosryhmien kanssa kumppanuuksia, joiden kautta voimme oppia ja kehittää S-ryhmän liiketoimintaa sekä saavuttaa yhteisiä tavoitteita.

Esimerkiksi SOK solmi syksyllä 2012 kaksivuotisen yhteistyösopimuksen WWF Suomen kanssa. Yhteistyön tavoitteena on edistää S-ryhmän vastuullisuutta ennen kaikkea luonnonvarojen kestävässä ja resurssitehokkaassa käytössä. Yhteistyön myötä SOK tukee WWF:n työtä luonnonvarojen kestävästä käytöstä edistämiseksi. Yhteisenä tavoitteena on myös nostaa ympäristövastuullisuuden tasoa Suomessa kokoamalla yhteen keskeisiin raaka-aineisiin liittyviä sidosryhmiä keskustelemaan niihin liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä ja ratkaisumalleista.

Sidosryhmätyötä ovat myös erilaiset sidosryhmiltä nousevat ajankohtaiset kysymykset ja näkökulmat. Näitä arvioidaan tapauskohtaisesti, ja tarvittaessa linjauksia ja toimintatapoja päivitetään.



Vastuullista yhteistyötä tavarantoimittajien kanssa

Monialaisena toimijana S-ryhmällä on paljon erilaisia ja -kokoisia tavarantoimittajia. S-ryhmä kohtelee kaikkia tavarantoimittajiaan tasapuolisesti ja noudattaa eettisiä periaatteitaan suhteessa tavarantoimittajiinsa. Eettisten periaatteidemme mukaisesti toimimme rehellisesti ja vastuullisesti ja odotamme tätä myös yhteistyökumppaneiltamme. Allekirjoitimme muun muassa vuoden 2013 alussa aiesopimuksen Hyvän kauppatavan periaatteista heti sen saatamme. Näin tulemme tekemään myös varsinaiselle sopimukselle. Nämä elintarviketjua koskevat periaatteet on valmisteltu EU:n komission High Level Forumissa.

S-ryhmän päivittäistavarakaupassa on viime vuosina kehitetty voimakkaasti ennustavaa analytiikkaa. Sen avulla voidaan kehittää koko elintarviketjunnan toimintaa – tuottajalta kauppaan – aiempaa ennakoivammaksi. Parempi ennustettavuus tekee kaikkien työstä suunnitelmallisempaa ja tuottavampaa sekä mahdollistaa muun muassa elintarvikehävikin pienentämisen.

Vuoropuhelua poliittisen päättöksenteon tueksi

Poliittiset päättäjät tarvitsevat tietoa päättöksenteon tueksi myös yrityksiltä. S-ryhmä haluaa vaikuttaa lainsäädäntötyöhön, jotta sen toimintaedellytykset säilyisivät hyvinä. Hallitus antoi vuonna 2012 esityksen koskien kilpailulain muutosta ja määräävää markkina-asemaa päivittäistavarakaupassa. Esitys herätti S-ryhmässä huolta, koska hyväksytyksi tultuaan se voisi esimerkiksi rajoittaa suomalaisten tuotteiden suosimista ja vaikeuttaa niiden pääsemistä kaupan hyllylle. Lisäksi esitys jäykistäisi kilpailua ja sitä kautta mahdollisesti nostaisi hintoja.

S-ryhmän edustajat tapasivat kansanedustajia lähes kaikista eduskuntapuolueista asiaan liittyen syksyllä 2012 ja keväällä 2013. Tapaamisissa keskusteltiin esityksen vaikutuksista S-ryhmään. Lisäksi SOK, HOK-Elanto ja Etelä-Karjalan Osuuskauppa kutsuttiin eduskunnan talousvaliokuntaan kuultaviksi.

Järjestöissä valvotaan yhteistä etua

S-ryhmällä on edustus eri edunvalvontajärjestöissä. Nämä järjestöt valvovat yritysten etua yhteiskunnassa. S-ryhmä on Kaupan liiton jäsen ja vuonna 2012 sen hallituksessa olivat jäseninä SOK:n pääjohtaja sekä Osuuskauppa Ympäristön toimitusjohtaja. S-ryhmä on jäsenenä myös Päivittäistavarakauppa ry:ssä ja Tekstiili- ja Muotialat TMA:ssa. Lisäksi S-ryhmä on jäsenenä Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:ssä. Eri toimialajärjestöjen kautta S-ryhmä on mukana myös Elinkeinoelämän keskusliiton (EK) toiminnassa. S-ryhmällä on lukuisia edustuksia eri valiokunnissa ja työryhmissä edellä mainituissa järjestöissä.

S-ryhmällä on edustus myös kansainvälisissä kaupan alan järjestöissä. Osuustoiminnallisena yrityksenä S-ryhmä on jäsenenä muun muassa Euro Coop -järjestössä, jonka tavoitteena on tuoda esiin kuluttajaosuuskuntien taloudellisia, sosiaalisia ja ympäristötavoitteita. S-ryhmä vaikuttaa eurooppalaiseen lainsäädäntöön myös Euro Commerce -järjestön kautta. Järjestö valvoo kaupan alan etua Euroopan unionissa. Järjestöissä tavoitteena on muun muassa kehittää alan käytäntöjä vapaaehtoisesti niin, ettei erillistä sääntelyä tarvita. Keskeisiä teemoja vuonna 2012 olivat muun muassa

terveys ja ravinto, turvallisuus, kuluttaja-informaatio, kestävä kulutus ja tuotanto sekä ilmastonmuutos ja energia. S-ryhmä on myös Kansainvälisen osuustoimintaliitto ICA:n (International Co-operative Alliance) jäsen.

SOK on mukana myös Foreign Trade Association -järjestössä (FTA) ja sen alaisuudessa toimivassa Business Social Compliance Initiative -järjestelmässä (BSCI). BSCI:n tavoitteena on parantaa riskimaiden työoloja kansainvälisten sopimusten vaatimalle tasolle ja varmistaa, ettei asiakkaan tarvitse olla huolissaan ostoksiensa alkuperästä. SOK:lla on edustaja FTA:n hallituksessa ja BSCI:n ohjausryhmässä.

Sidosryhmätyön mittaaminen

Sidosryhmätyön onnistumista mitataan S-ryhmässä vuosittain. TNS Gallupin vuosittaisella Yritysten maine ja vastuullisuus -tutkimuksella selvitetään sidosryhmien mielikuvia S-ryhmästä vastuullisena toimijana. Tutkimuksessa verrataan myös S-ryhmää muihin alan toimijoihin. Vuonna 2012 mielikuva koko kaupan alan maineen ja vastuullisuuden tasosta laski verrattuna edelliseen vuoteen. Tutkimuksessa kaupan alan maine-indeksi oli 55 (2011: 61). S-ryhmän maine-indeksi oli puolestaan 63 (2011: 66). Toimialaan verrattuna

S-ryhmän maine säilyi edelleen hyvällä tasolla pienestä notkahduksesta huolimatta. S-ryhmän vastuullisuutta kuvaava indeksi oli 30 (2011: 35), kun toimialan keskiarvo oli 23 (2011: 31). S-ryhmän vastuullisuuskuva on siis alan keskimääräistä parempi.

Lisäksi sidosryhmätyötä mitataan toimittajille suunnatussa Taloustutkimuksen Yritysviestintätutkimuksessa. Tutkimuksen mu-

kaan media seuraa kaupan alan yrityksistä useimmin S-ryhmän viestintää. S-ryhmän viestintää seuraa neljä viidestä kaupan alan yrityksiä arvioineesta toimittajasta. S-ryhmä sai vuonna 2012 toimialan kolmanneksi parhaan viestinnän yleisarvosanan ja arvosana parantui verrattuna edelliseen vuoteen. Tutkimuksessa oli mukana yhteensä yhdeksän kaupan alan yritystä.

Ruoka keskusteluttaa

Ruoka – on kyse sitten lähi- ja luomuruoasta, hinnasta tai alkuperästä – on se aihe, joka keskusteluttaa laajasti eri sidosryhmiä. Viime aikoina on keskusteltu erityisesti ruoan hinnasta.

Ruoan hintaan vaikuttavat lukuisat eri asiat. Tilastokeskuksen tietojen mukaan ruoan hintaa ovat nostaneet veronkorotukset sekä maailmanmarkkinahintojen nousu. Merkittävä osa kallistumisesta on peräisin tuottajahintojen noususta. Vuonna 2012 erityistä painetta ruoan maailmanmarkkinahinnoille aiheutti poikkeukselliset sääolot.

Keskittyneen kaupan on myös nähty nostavan ruoan hintaa. Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen (ETLA) vuonna 2009 julkaiseman tutkimuksen mukaan keskittymisestä huolimatta toimii hintakilpailu Suomessa hyvin.

Syitä elintarvikkeiden korkeille hinnoille Suomessa ovat tutkimuksen mukaan korkean arvonlisäveron lisäksi pitkät kuljetusmatkat ja maatalouden heikko kilpailukyky.

Suomalaisen ruokakaupan keskittyminen on kovan kilpailun tulosta. Väestömäärältään pienessä ja maantieteellisiltä etäisyyksiltään suuressa maassa kannattava ruokakaupan toiminta edellyttää riittävää kokoa. S-ryhmässä suuren mittakaavan ja tehokkaan toiminnan kautta pystymme palvelemaan paremmin koko suomalaista ruokaketjua yhä pienemmillä kustannuksilla. Tämän johdosta meillä on myös mahdollista tarjota palveluita harvaan asutuilla alueilla, missä niitä kipeästi kaivataan. Vahvasta S-ryhmästä hyötyykin koko suomalainen ruokaketju kuluttajaa myöten.





Osuustoiminnassa omistetaan ja jaetaan hyödyt yhdessä

Asiakasomistajat eli osuuskauppojen jäsenet omistavat S-ryhmän osuuskaupat, muita omistajia ei ole.

Osuuskaupan jäsen eli asiakasomistaja on nimensä mukaisesti sekä osuuskaupan asiakas että omistaja. Muita omistajia, kuten esimerkiksi ulkomaalaisia sijoittajia ei ole. Asiakasomistajuus on S-ryhmän tapa toteuttaa osuustoiminnallista yritysmuotoaan. Toiminnan tarkoituksena on palvelujen ja etujen tuottaminen asiakasomistajille. Asiakasomistajat ovat keskenään tasavertaisia, ja jokainen omistaa yhden osuuden omasta osuuskaupastaan.

Osuustoiminta on liiketoimintaa, jossa korostuvat rinnakkain taloudellinen kannattavuus sekä yhteiskunnallinen vastuu. Osuustoiminnallisen yritysmuodon ansiosta osuuskauppojen liiketoiminnassa kiertävä raha hyödyttää osuuskauppojen asiakasomistajia ja varmistaa alueellisen hyvinvoinnin ja elinvoimaisuuden. Toiminnan tuotto investoidaan asiakasomistajien eduksi kehittämällä palveluja ja uusimalla toimipaikkoja tai jaetaan asiakasomistajille erilaisina etuina, kuten Bonuksena ja maksutapae-

tuna. Osuustoiminnalliset keinot jakaa liiketoiminnan tuloksena syntyvää voittoa ovat osuusmaksulle maksettava korko ja ylijäämänpalautus.

S-ryhmässä parhaat edut on aina varattu asiakasomistajille. Bonuksen ja maksutapaedun lisäksi asiakasomistajat saavat S-Etukortilla hintaetuja ravintoloissa ja kahviloissa, hotelleissa, tavarataloissa ja erikoisliikkeissä.

Kahden miljoonan asiakasomistajan raja ylittyi ystävänpäivänä 14.2.2012 ja asiakasomistajien määrä kasvoi vuonna 2012 hie-
man edellisvuoteen verrattuna. S-ryhmän osuuskauppoihin liittyi vuoden 2012 aikana 61 448 (2011: 60 192) uutta asiakasomistajaa ja joulukuun loppuun mennessä asiakasomistajia oli yhteensä 2 055 227 (2011: 1 993 779). Suomen kotitalouksista noin 80,5 prosenttia (2011: 79 %) on asiakasomistajatalouksia.

YLI

2 MILJ.

ASIAKASOMISTAJAA

ASIAKASOMISTAJAMÄÄRÄ
YLITTI KAHDEN MILJOONAN
RAJAN HELMIKUUN 2012
PUOLIVÄLISSÄ.

80,5%

ASIAKASOMISTAJATALOUKSIA

SUOMEN KOTITALOUKSISTA
80,5 % ON ASIAKASOMISTAJA-
TALOUKSIA.





Asiakasomistaja voi vaikuttaa osuuskauppansa toimintaan

Kukin osuuskauppa toimii omalla alueellaan omistajiensa edunvalvojana. Asiakasomistaja ei ole vain kanta-asiakas, sillä osuuskaupan jäsenet voivat vaikuttaa osuuskauppansa toimintaan joko osallistumalla osuuskaupan edustajiston vaaleihin äänestämällä tai asettumalla itse ehdokkaaksi.

Edustajisto on osuuskaupan jäsenten keskuudestaan neljän vuoden välein vaaleilla valitsema toimielin ja verrattavissa osakeyhtiön yhtiökokoukseen. Edustajisto valitsee hallituneuvoston jäsenet ja tilintarkastajat, ja hallituneuvosto valitsee puolestaan hallituksen jäsenet. Vuonna 2012 edustajistovaalit järjestettiin kymmenessä alueosuuskaupassa: Turun Osuuskaupassa, Osuuskauppa PeeÄssä, Pirkanmaan Osuuskaupassa, Osuuskauppa Ympäristössä, Osuuskauppa Maakunnassa, Osuuskauppa Suur-Savossa, Osuuskauppa KPO:ssa, Suur-Seudun Osuuskaupassa, Pohjois-Karjalan Osuuskaupassa ja Helsingin Osuuskauppa Elannossa.

S-ryhmän palveluja käyttäessään voi asiakas aina antaa palautetta ja kertoa toiveensa ja kehitysehdotuksensa osuuskaupalle. Lisäksi verkossa toimivat asiakaspaneelit tarjoavat vaivattoman väylän toiminnan kehittämiseen. Asiakaspanelistiksi voi liittyä jokainen asiakasomistaja. Panelistit saavat tietyn väliajoin sähköpostiinsa kyselyn, jossa pääsee vaikuttamaan S-ryhmän toimintaan.



Katso lisää www.s-osuuskauppavaalit.fi

VAIKUTA

ASIAKASPANEELISSA

LISÄTIETOJA ASIASTA LÖYDÄT
S-KANAVALTA.



Selvitys osuuskauppojen hallinnosta

SOK toteutti elokuussa 2012 selvityksen alueosuuskaupoille niiden hallinnosta. Tarkoituksena oli selvittää kokonaiskuva osuuskauppojen edustajistojen, hallinto-neuvostojen ja hallitusten sukupuoli- ja ikäjakaumasta, koulutustaustasta sekä hallinnon jäsenten mukanaolos- ta valtakunnanpolitiikassa ja kunnallishallinnossa.

Selvityksen mukaan S-ryhmän alueosuuskauppojen edustajiston jäsenistä naisia oli 54 prosenttia, hallinto-neuvostoissa 45 prosenttia ja hallituksissa 25 prosent- tia. Selvityksen mukaan alueosuuskauppojen edustajis- ton jäsenistä valtakunnan politiikassa oli mukana 1,67 prosenttia ja hallituneuvoston jäsenistä

1,82 prosenttia. Vastaavasti kunnallishallinnossa edusta- jiston jäsenistä mukana oli 27,7 prosenttia, hallituneu- voston jäsenistä 24,09 prosenttia ja hallituksen jäsenistä 10,91 prosenttia.

Valtakunnan politiikassa ja kunnallishallinnossa vaikut- taven jäsenten osuutta tulkitessa on tärkeä huomioi- da, että tieto perustuu osuuskauppojen käsitykseen hallintonsa poliittisista yhteyksistä ja heijastaa kyselyn aikaista tilannetta. Useassa osuuskaupassa on kyselyn jälkeen käyty edustajistovaalit, joten kyselyn tulos on suuntaa antava.

Osuuskauppa palkitsee omistajaansa

Merkittävin osuustoiminnallisen yritysmuo- don mahdollistama rahallinen hyöty on osuuskauppojen palvelujen käytön kautta kertyvä ostohyvitys eli Bonus. Vuonna 2012 Bonusta maksettiin yhteensä 378,5 miljoonaa euroa (2011: 359,7 milj. euroa), eli yli miljoona euroa jokaisena vuoden päi- vänä. Luku on viisi prosenttia suurempi kuin vuonna 2011.

S-Etukortilla maksamiseen perustuvaa maksutapaetua maksettiin 5,6 miljoonaa euroa (2011: 4,9 milj. euroa), joka on 13 prosenttia enemmän kuin vuonna 2011. Osuusmaksun korkoina maksettiin 12,7 miljoonaa euroa (2011: 11,3 milj. euroa) ja ylijäämänpalautuksena 22,9 miljoonaa euroa (2011: 28,3 milj. euroa). Yhteensä S-ryhmän asiakasomistajille maksettiin 419,8 miljoonaa euroa takaisin vuonna 2012. Tämä tarkoittaa, että jokaiselle asiakasomistajalle jaettiin keskimäärin 207 euroa (2011: 202 euroa) rahallisia etuja.



378,5 M€

MAKSETTUA BONUSTA

VUONNA 2012 BONUSTA MAKSETTIIN YHTEENSÄ 378,5 MILJOONAA EUROA, YLI MILJOONA EUROA PER PÄIVÄ.



Asiakasomistajatietojen käyttö osuuskaupassa

S-ryhmän asiakasomistajajärjestelmä ei ole tavallinen markkinointia varten luotu kanta-asiakasohjelma. Asiakasomistajuus perustuu kiinteästi S-ryhmän ja osuuskauppojen osuustoiminnalliseen yritysmuotoon ja on keskeinen osa toiminta-ajatusta. S-ryhmän toiminta-ajatuksena on palvelujen ja etujen tuottaminen asiakasomistajille. Osuuskauppojen tarkoituksena ei ole maksimoida liiketoiminnan tuottamaa voittoa, minkä vuoksi asiakasomistajille pystytään tarjoamaan paremmat edut. Samat perusajatukset ovat ohjanneet S-ryhmän toimintaa sen perustamisesta lähtien.

Osuustoiminnallisesta yritysmuodosta johtuen osuuskauppojen täytyy osuuskuntalain mukaisesti pitää jäsenistään jäsenluetteloa. Jäsenluetteloon on merkittävä jäsenen nimi ja osoite ja jäseneksi liittymispäivä. Osuuskaupoilla on yritysmuotoon liittyen myös velvollisuus viestiä jäsenilleen eli asiakasomistajille jäsenyyteen sekä osuuskaupan toimintaan liittyvistä asioista.

S-ryhmän asiakasomistaja- ja asiakasrekisteriin tallennetut tiedot perustuvat asiakkaan osuuskaupan asiakasomistajaksi liittyessään antamiin tietoihin. Kaikki rekisterin tiedot ovat asiakasomistajan itse ilmoittamia ja niitä voi halutessaan päivittää myöhemminkin. Nimi- ja osoitemuutokset päivittyvät automaattisesti väestötietojärjestelmästä.

Asiakasomistajatietoa käytetään Bonuksen, maksutapaedun ja ylijäämänpalautuksen laskentaan, osuuskaupan jäsenhallinnon hoitamiseen, asiakasviestinnän kohdentamiseen sekä etutarjonnan ja palveluverkon kehittämiseen.

Bonusen ja muiden rahana maksettavien etujen laskemista varten rekisteriin kerätään ostoista kuitenkin loppusummatiedot. Tietojen perusteella asiakasomistajille muun muassa maksetaan ostohyvitys eli Bonus, osuusmaksun korko sekä mahdollinen ylijäämänpalautus. Rekisteristä löytyy myös tieto etujen maksutalista. Omat tiedot voi tarkistaa lähettämällä kirjallisen pyynnön omalle osuuskaupalle.

Henkilötietojen käsittelyssä osuuskauppa noudattaa Suomen lakeja ja asetuksia yksityisyyden suojasta. Asiakasomistajatietoja käsittelevät henkilöt allekirjoittavat kirjallisen vaitiolositoumuksen eikä S-ryhmä luovuta S-ryhmän asiakasomistaja- ja asiakasrekisterin tietoja kenellekään ulkopuoliselle taholle – ei edes yhteistyökumppaneille.





Alueellista hyvinvointia edistämässä

S-ryhmä ja osuuskaupat luovat paikallista hyvinvointia monin tavoin. Osuuskaupat ovat merkittäviä työllistäjiä ja paikallisten hankintojen ja investointien kautta luodaan taloudellista hyvinvointia kautta maan.

Osuustoiminnallisuus näkyy osuuskauppojen asiakasomistajille monessa asiassa. Yksi osuustoiminnan lähtökohta on osuuskunnan jäsenten taloudellinen palkitseminen. Taloudellisen hyvinvoinnin lisäksi sosiaalinen, yhteiskunnallinen ja ympäristön hyvinvointi ovat tärkeässä asemassa osuuskauppojen arjessa.

Osuustoiminta on vahvasti periaatteisiin ja arvoihin sitoutunutta. Vastuullisuuden kannalta oleellimmat osuustoiminnan arvot ovat rehellisyys, avoimuus, yhteiskunnallinen vastuu ja muista ihmisistä välittäminen. Nämä arvot toteutuvat S-ryhmän päivittäisessä toiminnassa niin toimipaikoissa, toimistoissa kuin myös erilaisen yhteistyön kautta. Tasa-arvo korostuu osuustoiminnassa muun muassa siten, että jokainen jäsen omistaa yhtä suuren osan osuuskaupasta ja jokaisella on näin tasa-arvoiset vaikutusmahdollisuudet.

Osuuskaupat ovat merkittäviä alueellisia työllistäjiä. Osuuskaupat ja SOK-yhtymä loivat vuonna 2012 yli 1 800 uutta työpaikkaa työllistäen viime vuonna yli 43 000 henkilöä. Työllistämisen myötä osuuskaupat tuovat merkittäviä verotuloja alueilleen.

Vaikka ketjutoiminta on valtakunnallisesti ohjattua, muodostuu S-ryhmä 20 itenäisestä alueosuuskaupasta sekä SOK-yhtymästä. Näin ollen S-ryhmän maksamat verotulot jakautuvat alueellisesti. Verotuloilla kustannetaan muun muassa suomalaisen yhteiskunnan palveluja jokaisen osuuskaupan alueella. Vuonna 2012 S-ryhmään kuuluvat yritykset maksoivat tulo- ja kiinteistöveroja Suomeen yhteensä noin 54 miljoonaa euroa.

Paikallista taloudellista hyvinvointia luodaan esimerkiksi myymällä paikallisten tuottajien tuotteita sekä käyttämällä paikallisten yritysten palveluja esimerkiksi rakennushankkeissa. S-ryhmä investoi vuonna 2012 uusien toimipaikkojen rakentamiseen sekä vanhojen korjaamiseen ja laajentamiseen yli 570 miljoonaa euroa.

1 800

UUTTA TYÖPAIKKAA

OSUUSKAUPPOJEN JA SOK-YHTYMÄN VUONNA 2012 LUOMIEN UUSIEN TYÖPAIKKOJEN MÄÄRÄ



Pohjois-Karjalan Osuuskauppa tarjoaa terveysterveyspalveluja



Pohjois-Karjalan Osuuskauppa on tuottanut vuoden 2013 alusta alkaen oman henkilöstönsä työterveyspalvelut. Osuuskaupan oman terveysyhtiön perustamista vauhditti se, että PKO:lle tulleiden yhteydenottojen mukaan pienten yritysten työterveyshuolto ei tuntunut kiinnostavan valtakunnallisia palveluntarjoajia.

Aluksi Pohjois-Karjalan Terveysterveyspalvelut Oy keskittyy PKO:n työterveyspalveluihin, mutta jatkossa terveyspalveluita ryhdytään myymään myös talon ulkopuo-

lelle. Uuden alueellisen ja kotimaisen toimijan palvelut ovat herättäneet kiinnostusta myös asiakasomistajissa ja alueen muissa yrityksissä. Pohjois-Karjalan Terveysterveyspalvelut Oy on ainoa laatuaan ja vastaavia terveyspalveluja ei ole muilla alueosuuskaupoilla.

Osuuskauppa pyrkii terveyspalveluillaan varmistamaan alueen elinvoimaisuutta. Sen lisäksi että terveyspalveluilla luodaan työpaikkoja alueelle, tuo se myös kilpailua alalle.



Paremmat valikoimat lähellä asiakasta

Vuonna 2012 S-ryhmä uudisti ja laajensi monia olemassa olevia toimipaikkojaan, vaikka taloudellinen toimintaympäristö oli haasteellinen. Toimipaikkoja kehitetään jatkuvasti niin, että ne palvelevat asiakasomistajaa entistä paremmin ja ovat entistä energiatehokkaampia.

Eniten uusia päivittäistavarakaupan toimipaikkoja avattiin lähikauppaketuissa. Vuonna 2012 avattiin 11 uutta Salea ja neljä Alepaa. S-market-ketjuun avattiin neljä uutta myymälää, jonka lisäksi usean toimipaikan myymäläympäristöä uudistettiin. Uusia Prismoja avattiin kaksi, toinen Turkuun ja toinen Loimaalle. Useita toimipaikkoja uudistettiin ja laajennettiin. Asiakasomistajien keskimääräinen kauppamatka linnuntietä lähimpään S-ryhmän päivittäistavarakauppaan oli vuonna 2012 ainoastaan 2,54 kilometriä.

Käyttötavarakauppa laajeni erityisesti vuonna 2011 perustetun S-Rauta-ketjun osalta. Kun vuonna 2011 ketjun toimipaikkoja oli avattu vasta yksi, oli vuoden 2012 loppuun mennessä toimipaikkoja jo 16 kappaletta.

Rakentamiseen, remontointiin, sisustamiseen sekä pihaan ja puutarhaan keskittyvä Kodin Terra menestyi myynnillisesti hyvin 11 toimipaikan voimin, vaikkei uusperustantaa ollut vuonna 2012.

Kauneuteen ja naisten alusasupukeutumiseen keskittyneiden Emotion-myymlöiden määrä jatkoi kasvuaan. Vuonna 2012 avattiin kuusi uutta toimipaikkaa, eli vuoden lopussa asiakasomistajia palveli 34 Emotionia ympäri maan. Helsingin Kannelmäkeen alettiin rakentaa uutta Sokos-tavarataloa ja tavaratalon on tarkoitus avata ovensa HOK-Elannon uuteen Kauppakeskus Kaareen loppusyksystä 2013. Sokoksia uudistettiin Kuopiossa, Porissa ja Porvoossa. Vuoden 2012 lopussa Sokos-tavarataloja oli 21.



2,54

KILOMETRIÄ KAUPPAMATKAA

ASIAKASOMISTAJAN KESKIMÄÄRÄINEN KAUPPAMATKA LINNUNTIETÄ LÄHIMPÄÄN S-RYHMÄN PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPAAN VUONNA 2012



SOK organisoi uudelleen keväällä 2012 päivittäis- ja käyttötavarakaupan hankinta-toimintojaan. Hankinta- ja logistiikkayhtiö Inex Partners Oy:n hankinnat ja saata-vuoden ohjaustoiminnot siirtyivät SOK:lle. Inex Partners Oy:n henkilöstö siirtyi SOK:n päivittäis- ja käyttötavarakaupan ketjuohjauksiin. Inex Partners Oy keskittyy jatkossa varastointi- ja kuljetuspalveluiden tuottamiseen ja kehittämiseen.

ABC-automaattiasemia avattiin kuusi uutta sekä pääkaupunkiseudulle avattiin yksi uusi ABC-Deli. Uusia ABC-liikennemyymälöitä ei avattu vuonna 2012.

Kesäkuussa 2012 Jyväskylään avattiin Sokos Hotellien uuden Solo by Sokos Hotels -konseptin mukainen Sokos Hotel Paviljonki. Kaikkiaan Sokos Hotelleja on Suomessa 48. Radisson Blu -hotelleja on vuoden 2011 tavoin seitsemän. Helsingin Radisson Blu Plaza uudistettiin Plaza Made By You -konseptin mukaan yllätyksellisemmäksi ja yksilöllisemmäksi.

S-ryhmässä auto- ja autotarvikekauppaa harjoittaa SOK Autokauppa Oy (entinen Automaa

Oy) sekä osuuskauppojen omistamat autoliik-
keet. Toimipaikkoja oli vuoden 2012 lopussa 39. S-ryhmän monimerkkihuoltoketju Karlalla oli viime vuoden lopussa kuusi toimipaikkaa.

Vuonna 2012 sovittiin Hankkija-Maatalous Oy:n 60 prosentin osuuden myynnistä tanskalaiselle osuustoiminnalliselle DLA-konsernille. Omistusjärjestelyt takaavat Hankkija-Maataloudelle vahvat kehitysmahdollisuudet. Maatalous- ja konekauppaa harjoittavalla Agrimarket-ketjulla oli vuoden 2012 lopussa 89 toimipaikkaa.

S-Pankki on vakiinnuttanut asemaansa entisestään. Vuoden 2012 aikana myönnettiin 200 000 uutta S-Etukortti Visaa. Korttien lukumäärä nousi maaliskuun 2012 lopulla yli miljoonaan. S-Pankilla on noin 2,6 miljoonaa asiakasta ja se palvelee yli 700 S-ryhmän toimipaikassa, verkko-pankissa ja puhelinpalvelussa. Sähköisen asioinnin mahdollistavat pankkitunnukset oli vuoden loppuun mennessä ottanut käyttöönsä lähes 1,2 miljoonaa asiakasta.

Vuonna 2012 S-ryhmällä oli yhteensä 1697 toimipaikkaa, joista Suomessa 1663.

1 697

TOIMIPAIKKAA

VUODEN 2012 LOPUSSA OLI
1697 S-RYHMÄN TOIMIPAIKKAA
(SIS. BALTIA JA VENÄJÄ).



Monikanavainen palvelutarjonta

S-ryhmä panostaa verkkokaupan ja muiden verkkopalveluiden kehittämiseen parhaillaan kaikilla liiketoiminta-alueillaan. Periaatteena on luoda palvelukokonaisuus, jossa verkkokauppa ja fyysiset toimipaikat täydentävät toisiaan.

Panostus verkkokauppaan näkyi vuonna 2012 uusien verkkokauppojen avaamisina. Syksyllä 2012 avattu Prisman verkkokauppa tuo käyttötavarakaupan verkkoon turvallisesti, helppokäyttöisesti ja selkeästi. Ympäri vuorokauden auki olevasta verkkokaupasta voi tilata lähes kaikki arjen käyttötavarat. Aikaisemmin maanviljelijöille perustettu Hankkija-Maatalouden verkkokauppa on nyt auki myös kuluttaja-asiakkaille. Uudistuksen myötä Agrimarketin verkkokauppa on maatalousalan monipuolisin. Valikoima ulottuu rehusta puutarhatarvikkeisiin.

Kodin Terran vuonna 2011 auennut verkkokauppa laajensi huomattavasti valikoimaansa vuoden 2012 aikana. Sokos lisäsi verkkokauppaansa kauneudenhoitotuotteiden lisäksi erilaisia asusteita ja kodin tarvikkeita.

Ruokakauppaan liittyvien verkko- ja mobiilipalvelujen kehittäjänä S-ryhmä kulkee suomalaisen ruokakaupan kärjessä. Verkkokauppapilotteja toimii jo usean osuuskaupan alueella, ja valmiuksia laajempaan toimintaan rakennetaan parhaillaan. Keväällä 2010 S-ryhmä lanseerasi yhteistyössä Digital Foodie Oy:n kanssa Foodie.fm -palvelun. Palvelun avulla asiakkaat voivat tehdä sähköisiä ostoslistoja, saada tuotesuosituksia, seurata hintoja ja tuotetietoja ja tutkia reseptejä. Sen kautta on myös mahdollisuus ruuan kotiinkuljetukseen pääkaupunkiseudulla, Kuopiossa ja Oulussa.

Alepan Kauppakassi -palvelu lanseerasi kesällä 2012 kiireisille kuluttajille mobiiliseinät. Seiniltä löytyy kattava valikoima Alepojen tuotteita, joita voidaan ostaa lukemalla tuotteen viivakoodi matkapuhelimella. Tilatut tuotteet toimitetaan kotiovelle. Mobiiliseinät löytyvät Helsingin Asematunnelista ja Elielin aukiolta.





Tukea kulttuuriin, urheiluun ja yhteiskunnalliseen toimintaan

S-ryhmän sponsorointiyhteistyö jakaantuu kolmeen eri ryhmään: kulttuuriin, urheiluun ja yhteiskunnalliseen toimintaan. Vuonna 2012 tukea annettiin noin neljä miljoonaa euroa, josta noin puolet ohjattiin urheiluun, neljäsosa kulttuuriin ja neljäsosa yhteiskunnalliseen toimintaan.

S-ryhmä tukee monipuolisesti asiakasomistajia kiinnostavia kulttuurin ja viihteen kohteita. Korkeakulttuurin tukemisen piiristä on siirrytty lähemmäs tavallista kulttuurinkulttajaa palvelevaa tarjontaa. Jatkossa yksittäisiä tapahtumia tuetaan S-ryhmätasoisesti vain, jos ne ovat valtakunnallisesti kattavia ja potentiaalisesti kaikki suomalaiset tavoitavia laajoja tapahtumia. Lisäksi asiakasomistajien hyödynnettävissä olevan edun on oltava merkittävä. Urheiluun liittyvän tuen painopiste on voimakkaasti lasten ja nuorten liikunnassa ja urheilussa.

Yksi esimerkki lasten ja nuorten liikunnan tukemisesta on S-ryhmän ja Suomen Palloliiton yhteistyö, joka tähtää uusien lasten lähiliikuntapaikkojen rakentamiseen eri puolelle Suomea. Tähän mennessä on rakennettu jo 19 kenttää ja yhteistyö jatkuu

vielä vuonna 2013. Yhteistyösopimuksen aikana pyritään rakentamaan sata monitoimikenttää suomalaisten koulujen pihoille. Kenttien rahoituksesta osa tulee S-ryhmän alueosuuskaupoilta ja osa kuntien normaalisti liikuntapaikkarahoituksesta. Koulujen pihoilla olevat lähiliikuntapaikat tuovat liikunnalliset harrastukset helposti lasten hyödynnettäviksi niin kouluajana kuin vapaa-ajallakin. Ässäkentät ovat kaikille alueen perheille saavutettavissa, sillä kentän käyttöön ei liity vuorovaroituksia tai maksuja.

S-ryhmä on ollut jo useiden vuosien ajan yksi Suomen Punaisen Ristin pääyhteistyökumppaneista. S-ryhmä haluaa tuoda SPR:n tärkeän työn entistä lähemmäksi asiakasomistajaperheitä ja S-ryhmän henkilökuntaa, siis yhteensä yli kahta miljoonaa suomalaista taloutta. S-ryhmän ja SPR:n yhteistyön



teemana on Arjen Turvallisuus. S-ryhmä on mukana Nälkäpäiväkeräyksessä ja Punaisen Ristin viikossa ja tarjoaa järjestölle näkyvyyttä S-ryhmän medioissa ja toimipaikoissa.

Mannerheimin Lastensuojeluliitto on ollut S-ryhmän valtakunnallinen yhteistyökumppani vuodesta 2004. S-ryhmän avustuksella MLL on kehittänyt vanhemmuuden tuen malleja, kuten Vanhempainnetin ja -puhelimien toimintaa. Viime vuosina S-ryhmän tuki on kohdistunut Hyvä alku koulutielle -kampanjaan, joka tavoittaa noin 65 000 ensiluokkalaisten vanhempaa ja jakaa perheille tärkeää tietoa lasten hyvinvoinnista. Viime vuonna koulunsa aloittaville lapsille jaettiin 64 454 selkäreppua. S-ryhmä tukee myös MLL:n verkkonuorisotyötä, jolla pyritään kiusaamisen vähentämiseen.

S-ryhmän perinteiset joululahjoitukset ohjattiin vuonna 2012 sekä lasten ja nuorten syrjäytymistä ehkäiseviin hankkeisiin että terveysalan järjestöille ja sairaiden lasten kanssa työskenteleville tahoille. SOK:n hallintoneuvosto myönsi yhteensä 25 000 euron lahjoitukset. Syrjäytymisen ehkäisy-

sä jatkettiin Pelastakaa Lapset ry:n tukiperehtöiminnan tukemista ja uusina tukikohteina tulivat Lasten ja nuorten säätiön Myrsky-hanke ja Arvojen Akatemian yhteyteen perustetun Teonpaikka-yhdistyksen mentorointihanke. Lisäksi noin puolet S-ryhmän joululahjoituksesta ohjattiin Suomen aivosäätiölle, Jaatinen – vammaisperheiden monitoimikeskus ry:lle ja kaikissa Suomen yliopistollisissa sairaaloissa vieraileville sairaalakloveneille.

S-ryhmä haluaa tarjota asiakasomistajilleen etuja, jotka kannustavat monipuoliseen kulttuurin kuluttamiseen. Perheet ovat löytäneet Naantalın Muumimaailman sekä Linnanmäen huvipuiston, joka pystyi viime vuonna lisäämään lastensuojeluun ohjattua rahamääräänsä.

Suomen Luisteluliiton Ice Skating Tourin kanssa tehty yhteistyö keräsi yli 50 eri puolilla maata pidettyyn tapahtumapäivään noin 45 000 luistelijaa.

Esimerkiksi Pori Jazz, Seinäjoen Tangomarkkinat ja Kaustisen kansanmusiikkijuhlat ovat kaikkien suomalaisten pitämiä musiikkitapahtumia, joissa S-ryhmän tarjoamia asiakasomistajaetuja hyödynnetään laajasti.



S-RYHMÄN SPONSOROINTIVASTUU

S-RYHMÄ JAKAA SPONSOROINTIVASTUUNSA KULTTUURIIN, URHEILUUN JA YHTEISKUNNALLISEEN TOIMINTAAN.



Monipuolista yhteistyötä nuorten hyväksi

ABC-ketju ja Nuorten Palvelu ry aloittivat vuoden 2010 lopussa nelivuotisen yhteistyöhankkeen, jonka avulla pyritään lisäämään ABC-liikennemyymlöiden henkilöstön osaamista kohdata nuoria osana jokapäiväistä työtään. ABC laati yhdessä Nuorten Palvelu ry:n kanssa viime vuonna oppaan ABC ja nuoret, jonka tarkoituksena on antaa vinkkejä ja toimintamalleja asiakaspalvelutilanteisiin nuorten kanssa. Opas jaetaan jokaiselle ABC-liikennemyymlässä työskentelevälle henkilölle. Nuoret oleskelevat yhä enemmän kaupallisissa tiloissa perinteisten nuorisotilojen sijaan ja haluavat tulla kohdelluiksi tasavertaisesti ja yksilöllisesti. Nuoret ovat myös itse olleet mukana miettimässä hyviä pelisääntöjä asiakaspalvelutilanteiden haasteisiin. Yhteistyön kautta syntyviä monialaisia yhteistyömalleja pyritään hyödyntämään myöhemmin myös muilla sektoreilla. Hankkeessa on mukana yli 20 liikennemyymlää.

Fransmanni-ravintolat jatkoivat vuoden 2011 keväällä aloittamaansa Ruokalistalla hyvät tavat -hanketta, jonka avulla halutaan korostaa yhteisten ruokailuhetkien merkitystä perheiden hyvinvoinnille, saada lapset kiinnostumaan ruokakulttuurista ja muistuttaa hyvistä tavoista. Tavoitteena on myös uuden tapasankareiden sukupolven kasvattaminen 10–12-vuotiaista koululaisista. Näin ollen jokaisella Fransmanni-ravintolalla on vuosittain oma kummiluokka, jonka tapasankari-valmentajana ravintolan henkilökunta toimii. Lisäksi Fransmanni-ravintoloissa on saatavilla Ruokalistalla hyvät tavat -kirjasia, jotka opastavat helposti kenet tahansa hyvien tapojen maailmaan.

Suomen UNICEFin perinteistä Jano-kampanjaa vietettiin jälleen keväällä 2012. Kampanjaan osallistui yli 400 ravintolaa ympäri Suomea ja näistä 193 oli S-ryhmän ravintoloita. Ravintoloissa Jano-kampanjan ideana on, että ravintoloiden asiakkaat voivat laskun maksun yhteydessä tehdä lahjoituksen UNICEFin vesiohjelmiin.



TESTAA

MITEN SINULTA ONNISTUVAT
HYVÄT TAVAT

WWW.TAPASANKARI.FI





S-ryhmän ravintoloiden asiakkaat osallistuivat ahkerasti kampanjaan, sillä kaikkiaan kahdeksan S-ryhmän ravintolaa oli kymmenen eniten lahjoituksia keränneen ravintolan joukossa.

Kampanjan aikana kerättiin yhteensä 230 000 euroa ja tuotto käytettiin Afrikan Sahelin alueen kuivuuskriisin helpottamiseen. Yhdellä eurolla saadaan tarjottua puhdasta vettä 40 lapselle.

Vastuullisuusyhteistyötä harjoitetaan myös alueellisesti ja osuuskaupat tukevatkin laajasti paikallista toimintaa. Esimerkiksi useat osuuskaupat osallistuvat Taloudellisen tiedotustoimiston TAT:n koordinoimaan eri paikkakunnilla järjestettävään Yrityskylä-oppimisympäristöön. Yrityskylä on peruskoulun kuudesluokkalaisille suunnattu opintokokonaisuus, jossa oppilaat pääsevät elämään päivän aikuisten roolissa ja oppimaan, miten yhteiskunta ja yrityselämä toimivat. Yrityskylä on pienoiskaupunki, johon on rakennettu 15 eri yrityksen ja julkisen palvelun toimitilat. Oppilas työskentelee kylässä omassa ammatissaan, josta hän saa palkkaa ja maksaa

Kannustajat

veroja sekä toimii kuluttajana ja kansalaisena osana yhteiskuntaa.

Osuuskaupat Hämeenmaa, Suur-Savo, KPO ja Keula alkoivat viime vuonna toteuttaa Kannustajat-konseptia. Konsepti mahdollistaa osuuskaupoille nuorten ja lasten harrastustoiminnan tukemisen läpinäkyvästi. Asiakasomistajat voivat liittyä kannustajaksi ja vaikuttaa siihen, kenelle ja kuinka paljon osuuskauppa maksaa tukea. Kannustajiksi ryhtyneiden asiakasomistajien kerryttämä Bonus lasketaan yhteen ja osuuskaupat maksavat seuroille tästä potista tietyn prosenttiosuuden. Mitä enemmän Kannustajia on ja mitä enemmän he saavat Bonusta itselleen, sitä suuremmaksi tukipotti voi kasvaa. Tukisumma ei pienene asiakasomistajien omia Bonuksia, vaan osuuskaupat maksavat tuet.



YK:n Kansainvälinen osuustoimintavuosi 2012

Suomi on maailman osuustoiminnallisin maa, ja S-ryhmä on yksi Suomen suurimmista osuuskunnista. Vuonna 2012 vietettiin YK:n Kansainvälistä osuustoimintavuotta.

Osuustoiminta on ennen kaikkea ihmisten välistä yhteistyötä. Yritystoiminnan taustalla on vahva usko siihen, että parempi maailma rakentuu yhdessä omistamalla ja yhdessä yrittämällä. Pienilläkin arjen valinnoilla on merkitystä, kun meitä on monta. Osuustoimintaa on kaikkialla maailmassa ja globaalisti yli miljardi ihmistä on jäsenenä jossain osuuskunnassa. Suomessa osuustoimintayritykset työllistävät yli 100 000 henkilöä.

Vuosi 2012 oli YK:n Kansainvälinen osuustoimintavuosi teemalla "Maailma rakentuu yhdessä yrittämällä". Suomessa järjestettiin juhluvuonna erilaisia tapahtumia ympäri maata ja tapahtumissa kohdistettiin erityinen huomio osuustoiminnalliseen opetukseen, tutkimukseen, nuorisoon ja kansainväliseen toimintaan. Vuoden aikana tunnistettiin osuustoimintamallin tärkeys yritysmuotona, ja sen tutkimusta ja sisällyt-

tämistä yrittäjyyttä käsittelevään koulutukseen tulisi lisätä.

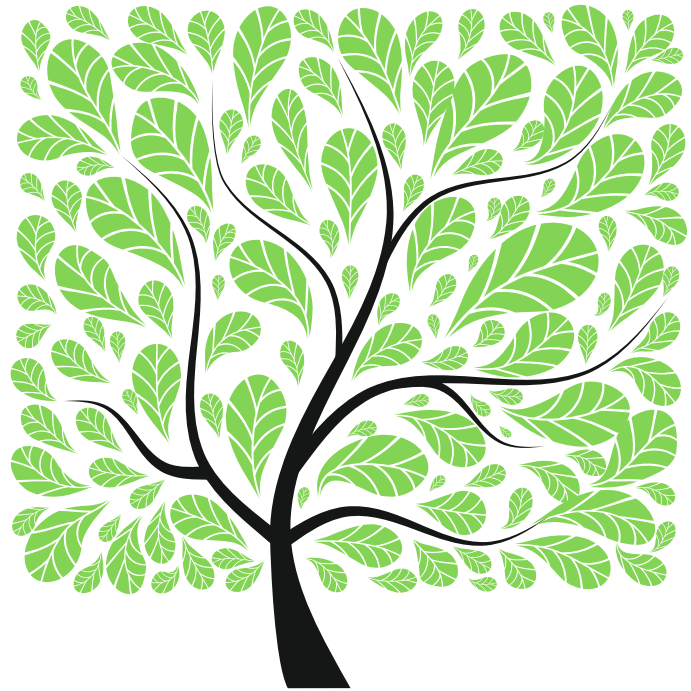
Maaliskuisessa suomalaisen osuustoiminnan yhteisessä päätapahtumassa käsiteltiin muun muassa osuustoiminnan monipuolista asemaa taloudessa ja yhteiskunnassa sekä arvopohjan sopivuutta tulevaisuuden haasteisiin.

SOK järjesti elokuussa "Hyvinvointia osuustoiminnalla" -juhlaseminaarin, jonne kutsuttiin muun muassa tulevaisuuden päättäjiä, nuorison parissa toimivia, ympäristö- ja kehitysyhteistyöjärjestöjen sekä opiskelijajärjestöjen ja oppilaitosten ihmisiä. Seminaarin tarkoituksena oli lisätä nuorten tietoisuutta osuustoiminnallisesta yritystoiminnasta ja sen arvoista.

1 MRD.

OSUUSKUNTIEN JÄSENTÄ

MAAILMAN OSUUSKUNNISSA
ON YLI MILJARDI JÄSENTÄ.
NE TARJOAVAT TYÖTÄ NOIN
100 MILJOONALLE IHMISELLE.



Juhlavuoden kunniaksi S-ryhmä otti käyttöön osuustoimintavuoden kestokassin ja julkaisi S-ryhmän Vastuullisen kuluttajan osto-oppaan. Lisäksi osuustoimintarekka kiersi kesällä Suomea tarjoten osuustoimintatietoutta ja mukavaa kesäohjelmaa.

Suomalaisten osuustoiminnallisten järjestöjen ja yritysten yhteistyöelin Osuustoiminnan neuvottelukunta, jossa myös SOK on jäsenenä, lahjoitti varat Lappeenrannan

teknillisen yliopiston yhteyteen perustettavaan osuustoimintaprofessuuriin.

YK:n Kansainvälisen osuustoimintavuoden kunniaksi SOK sitoutui tukemaan Ugandan Myanzin alueen osuuskuntien kehitystyötä. Suomalaisen kehitysyhteistyöjärjestön Solidaarisuuden hankkeella tuetaan pienviljelijöiden tuottajaosuuskuntien viljelymenetelmien kehitystä. Tuki ohjataan perille uudenlaisen verkkopalvelun, Bank4Hopen kautta.







Huolenpitoa työntekijöistä

S-ryhmän tavoitteena on olla palvelualan halutuin työnantaja, jonka palveluksessa osaava ja motivoitunut henkilöstö työskentelee tavoitteiden ja menestyksen eteen. S-ryhmässä huolehditaan työhyvinvoinnista ja henkilöstön kouluttamisesta, jotta parhaat työntekijät, niin uudet kuin nykyisetkin, tahtovat työskennellä ryhmän yrityksissä.

Monipuolisia tehtäviä ja urapolkuja

S-ryhmä on suuri suomalainen työnantaja. Sen palveluksessa työskentelee yli 43 000 kaupan ja palvelualojen ammattilaista (2011: 42 000). Viimeisen parinkymmenen vuoden aikana työntekijöiden määrä on lisääntynyt joka vuosi liiketoiminnan ja verkoston kasvun myötä. Valtaosa s-ryhmäläisistä työskentelee 20 alueosuuskaupassa. Keskusliike SOK tytäryhtiöineen työllistää noin 11 000 henkilöä (2011: 10 000). Lisäksi S-ryhmä harjoittaa liiketoimintaa ulkomailta, Venäjällä ja Baltiassa, jossa työskentelee jo noin 3 800 s-ryhmäläistä (2011: 2 800).

S-ryhmä tarjoaa monipuolisia työtehtäviä ja uramahdollisuuksia, kaikkiaan S-ryhmästä löytyy yli 240 erilaista työnimikettä. Suurin osa työskentelee myynnin ja palvelun ammattilaisina. Sen lisäksi on paljon toimenkuvia, kuten tarjoilija, kokki, vastaanottovirkailija sekä tehtäviä liiketoiminnan

kehittämisessä, valikoimasuunnittelussa, hankinnassa, markkinoinnissa, taloudessa ja henkilöstötyössä. Uudet työntekijät perehdytetään hyvin, ja yhtenäisen perehdytyksen tueksi valmistui viime vuonna Suuntaviivoja perehdytykseen -opas.

S-ryhmässä työntekijöiden keski-ikä on 35 vuotta. Suurin osa eli noin 75 prosenttia (2011: 75 %) työntekijöistä on palvelualoille tyypillisesti naisia.

Henkilöstötyön johtaminen

Henkilöstötyön johtaminen perustuu S-ryhmän arvoihin ja vastuullisuusperiaatteisiin. S-ryhmän henkilöstöstrategia antaa lähtökohdat koko henkilöstötyölle.

S-ryhmän henkilöstötyön ohjausmalli perustuu ryhmätasoiseen ohjaukseen sekä osin keskitettyyn ja osin hajautettuun henkilöstöpalveluiden toteutukseen. Henkilöstötyön toimialahallitus ja ohjausryhmä ovat henki-

S-ryhmän työntekijät



35 v.
KESKI-IKÄ

NOIN

29%

ALLE 25-VUOTIAITA



NAISIA 75 %
MIEHIÄ 25 %

86%

VAKITUISESSA TYÖSUHTEESSA



KOKOAIKAINEN 39 %
OSA-AIKAINEN 61 %

KOKOAIKAISTEN OSUUS
HENKILÖSTÖSTÄ



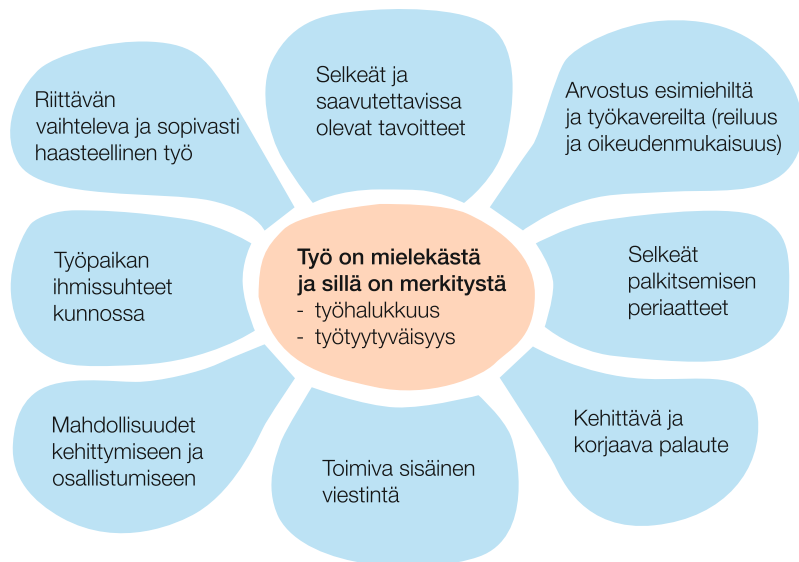
löstötyön ohjausmallin keskeiset foorumit; niiden tarkoituksena on liiketoiminnan tarpeiden ja käytännön henkilöstötyön yhteensovittaminen. Henkilöstötyön ketjuohjausyksikkönä toimii SOK Henkilöstöhallinto ja kehittäminen -yksikkö. Henkilöstötyön toteutuksesta ja toimeenpanosta vastaavat S-ryhmän yrityksissä henkilöstöammattilaiset, johto ja esimiehet.

Hyvinvointia uran kaikissa vaiheissa

S-ryhmässä henkilöstön työhyvinvointia ja työkykyä edistetään työuran kaikissa vaiheissa perehdytyksestä työeläkkeelle, yhteisen työkyvyn johtamisen mallin ja siihen liittyvien toimintamallien avulla. Vuonna 2012 työkyvyn johtamista on lähdetty juurruttamaan systemaattisesti osaksi arkea S-ryhmän eri yrityksissä.

Työkyvyn ylläpitämiseen panostetaan, sillä se lisää henkilöstön työhyvinvointia. Tukemalla esimerkiksi osatyökykyisen työllistymistä uusiin tehtäviin tai puuttumalla ajoissa työkykyä uhkaaviin asioihin, hyvät ja osaavat työntekijät pystyvät työskentelemään S-ryhmän palveluksessa pidempään. Työkyvyn johtamiseen panostaminen vähentää myös muun muassa sairauspoissaoloja, työkyvyttömyyseläkkeitä ja työtäpaturmia.

SUJUVA JA TULOKSELLINEN TYÖ TUOTTAA HYVINVOINTIA



S-ryhmässä työhyvinvointia syntyy, kun työ sujuu tuloksellisesti ja on mielekästä, työyhteisössä työskentely, johtaminen ja työn organisointi on toimivaa sekä työolosuhteet ovat turvalliset ja terveelliset.

S-ryhmän henkilöstötyössä tärkeimpiä strategisia tavoitteita olivat viime vuonna osaamisen mittaaminen, kannustava palkitseminen, esimiestyön kehittäminen sekä hyvät työvuorokäytännöt.



Työhyvinvointia hyvällä esimiestyöllä

Esimiehiä ja johtamista kehitetään S-ryhmässä jatkuvasti. Hyvä esimies on avainasemassa työhyvinvoinnin ylläpitämisessä ja työtulosten aikaansaamisessa. Työhyvinvointityö on yksikön päivittäistä johtamista ja toimintaa. S-ryhmässä esimies johtaa suoritusta, kannustaa ja antaa palautetta. Esimiehen ja työntekijän väliset kehitys- ja tuloskeskustelut ovat jokaisen toimipaikan arkea. Näiden lisäksi S-ryhmässä käydään osaamiskeskusteluita, joissa kartoitetaan työryhmien osaamisia.

S-ryhmän yksiköissä seurataan ja mitataan työtyytyväisyyttä säännöllisesti. Viime vuoden työyhteisötutkimuksen mukaan S-ryhmän tulos oli erinomainen muihin suomalaisiin yrityksiin verrattuna. Henkilöstön mielestä S-ryhmällä on hyvä työnantajakuva ja vahvuuksiksi nousivat hyvä esimiestyö, palkitsemisen oikeudenmukaisuus sekä muutosten hyvä toteutus. Henkilöstön mukaan esimiehet myös antavat tunnustusta hyvistä suorituksista.

Kannustavalla palkitsemisella parhaisiin tuloksiin

Osuustoiminnallisena yrityksenä S-ryhmän arvoihin kuuluu ihmisistä huolehtiminen. Lakien ja työehtosopimusten noudattaminen ovat itsestäänselvyksiä. Työhyvin-

vointiin panostetaan ja henkilöstöedut ovat kokonaisuudessaan hyvät: ostoetujen lisäksi niitä ovat muun muassa erilaiset liikunta- ja kulttuuriedut.

S-ryhmässä henkilöstöä palkitaan hyvistä työsuorituksista. Valtaosa työntekijöistä on tulospalkkauksen piirissä. Tulospalkkaus on palkkaa täydentävä palkitsemistapa, jolla palkitaan tavoitteisiin pääsemisestä sekä erinomaisista työsuorituksista. Tavoiteasetannassa on tärkeää, että tavoitteet ovat mitattavia ja niiden toteutumista seurataan ja tuetaan. Tämän lisäksi käynnissä on muun muassa hanke, jonka tavoitteena on laatia palkitsemismalli myynnin johtamisen tueksi. Toimintamallien kehittämisen tapahtuu toimipaikoissa tehtävien pilottien kautta, ja viime vuonna pilotteja oli neljässä eri osuuskaupassa.

Merkittävä etu on myös, että jokainen halukas s-ryhmäläinen voi kouluttaa itseään ja kehittyä työssään. Vuonna 2012 noin 20 700 s-ryhmäläistä (2011: 25 000) osallistui ryhmän oman oppimis- ja valmennuskeskus Jollas Instituutin valmennuksiin ja valmennuspäiviä kertyi kaikkiaan 1 778 (2012: 2 030 valmennuspäivää). Osa Jollaksen koulutuksista siirtyy vähitellen verkkoon säästäten alueosuuskauppojen henkilöstön matkustusaikaa ja muita resursseja. Vuonna 2012 suoritettiin yhteensä 16 000 verkkokoulutusta.

1778

VALMENNUSPÄIVÄÄ

20722

OSALLISTUJAA

VUONNA 2012 JOLLAS INSTITUUTTI JÄRJESTI 1 778 VALMENNUSPÄIVÄÄ, JOIHIN OSALLISTUI 20 722 S-RYHMÄLÄISTÄ.



Työvuorosuunnittelulla parempaa palvelua ja mahdollisuus lisätunteihin

S-ryhmäläisistä noin 86 prosenttia (2011: 80 %) työskentelee vakituisessa työsuhteessa. Osa-aikatyö on kaupan ja palvelualalla yleistä, ja noin 39 prosenttia (2011: 38 %) oli kokoaikaisessa työsuhteessa vuonna 2012. Erilaisin järjestelyin kokoajaisten työntekijöiden määrää pyritään jatkuvasti lisäämään. Panostamalla työntekijöiden moniosaamiseen, tehokkaaseen työvuorosuunnitteluun ja edistämällä työntekijöiden sisäistä liikkumista osastojen, toimipaikkojen ja liiketoimintojen välillä pyritään aktiivisesti siihen, että oman henkilöstön osaaminen kehittyy ja henkilöstö saa enemmän työtunteja.

Työntekijöiden sisäistä liikkumista tukeva työhönkutsujärjestelmä Tempus oli vuonna 2012 käytössä 17 S-ryhmän yrityksessä (2011: 17): 16 alueosuuskaupassa sekä Sokotel Oy:ssä. Tempuksen kautta kaikilla halukkailla on tasapuoliset mahdollisuudet lisätöihin omassa ja muissa yksiköissä.

Viime vuonna otettiin käyttöön viidessä osuuskaupassa vuoden 2011 tavoitteiden mukaisesti henkilökunnan oma Dooris-sovellus, jonka avulla henkilöstö voi halutesaan hoitaa omia työvuoroihin ja työsuhteeseen liittyviä asioita oman kotikoneensa

tai kännykän nettiselaimen kautta. Dooriksen kautta voi muun muassa tarkistaa omat tulevat tai vapaat työvuorot sekä tehdyt tunnit tai tutkia avoimia työpaikkoja ja muita henkilöstön ilmoituksia. Esimerkiksi Turun ja Satakunnan Osuuskaupoissa viimeisin työyhteisötutkimus tehtiin Dooriksen kautta. Vuonna 2013 Dooriksen käyttöönottoa osuuskaupoissa laajennetaan henkilöstöltä saadun erinomaisen palautteen myötä.

Sisäisen vuorovaikutuksen kehittäminen

S-ryhmässä arvostetaan henkilöstön mielipiteitä ja siksi henkilöstön osallistamista ja tiedonjakoa tukevien viestintävälineiden kehittämistä jatkettiin viime vuonna. Vuoden aikana intranettiin tuotiin muun muassa mahdollisuus kommentoida uutisia, tiedotteita ja ohjeita.

Lisäksi vuoden aikana otettiin pilottikäyttöön S-ryhmän sisäinen yhteisöpalvelu, jossa käyttäjät voivat verkostoitua keskenään, jakaa tietoa ja osaamistaan sekä osallistua erilaisiin työhön ja S-ryhmään liittyviin keskusteluihin keskustelupalstojen, blogien, wikien ja muiden yhteisöominaisuuksien avulla.

S-ryhmän Sintra-intranet ja pilottikäytössä oleva yhteisöpalvelu yhdistyvät uudeksi, vuorovaikutteiseksi intranetiksi kevään 2013 aikana.



Palveluala tutuksi nuorille

Yksi tulevaisuuden globaaleista haasteista on väestön ikääntyminen. Tämä tarkoittaa, että myös Suomessa väestön ikääntyminen tulee aiheuttamaan pulaa osaavista palvelualan työntekijöistä. S-ryhmässä on tehty toimenpiteitä tämän haasteen taklaamiseksi jo vuosien ajan. Erityisesti huomiota on suunnattu nuorten kiinnittymiseen työelämään, muun muassa tarjoamalla vuosittain tuhansia kesätyö- ja harjoittelupaikkoja. Tämän avulla toivotaan, että osa nuorista saa kipinän lähteä opiskelemaan palvelualaa ja kenties jatkaa työskentelyä S-ryhmässä.

S-ryhmä on yksi nuoria eniten työllistävä yritysryhmä Suomessa. Kaikista S-ryhmässä työskentelevistä yli neljännes on alle 25-vuotiaita. S-ryhmän tavoitteena on tehdä palvelualaa tutuksi nuorille. Oppilaitosyhteistyö on osa henkilöstön kehittämis- ja esimiestyötä. Yhteistyötä tehdään kaikkien kouluasteiden kanssa, erityisesti ammattiin opiskeleville nuorille halutaan kertoa palvelualan ja S-ryhmän tarjoamista työmahdollisuuksista. S-ryhmän osuuskaupat ovat jo vuosia olleet tiiviisti mukana SM Taitaja -ammattitaitokilpailussa, jossa ammattiopintoja opiskelevat nuoret näyttävät osaamistaan

vuosittain. Vuonna 2012 kisat järjestettiin Jyväskylässä ja Osuuskauppa Keskimään sekä Jollas Instituutin ammattilaiset tuomaroivat kuudessa lajissa.

Yksi S-ryhmän yhteistyökumppaneista on Taloudellinen tiedotustoimisto TAT. Se koordinoi elinkeinoelämän nuoriso-ohjelmaa, joka on S-ryhmälle yksi tapa tehdä palvelualan ammatteja ja mahdollisuuksia tutuksi opetushenkilöstölle, koulujen johdolle, kuntien päättäjille, opettajaksi opiskeleville ja nuorille.

S-ryhmä myös palkitsee ammattikorkeakouluopiskelijoita parhaista työharjoitteluista alueellisilla ja valtakunnallisilla Ässästipendeillä.

Vuonna 2012 S-ryhmässä työskenteli lähes 7 000 kesätyöntekijää (2011: 7 000) ja ensiaskeleita työelämään otti 5 000 Tutustu työelämään ja tienaa -koululaisharjoittelijaa (2011: 5 000). Pitkin vuotta S-ryhmä tarjosi tuhansia TET työelämään tutustumis-, taksvärkki-, työharjoittelu- ja työssäoppimispaikkoja koululaisille ja ammattiin opiskeleville.

Tulevaisuuden kykyjä ja esimiehiä S-ryhmä valmentaa omien rekrytoivien koulutusoh-



ANNA UUSIMÄKI, MYYJÄ

"Minusta tuntuu, että kun tekee asiat hyvin, niin meillä voi edetä minne asti vaan."

Alepa Kluuvi, Helsinki



HANNA JOUSIMIES, VASTAAN-OTTOVIRKAILIJA, HARJOITTELIJA

"Minut yllätti täysin, kuinka perusteellinen perehdytysohjelma meillä on." Sokos Hotel Flamingo, Vantaa



jelmien, S-Traineen ja S-Päällikön kautta. Koulutusohjelmien tavoitteena on varmistaa osaamispotentiaalin riittävyys esimiestehtävien sekä toimipaikkojen kehittämisen ja johtamisen osalta pitkällä aikavälillä koko S-ryhmässä.

S-ryhmän omalla koulutusohjelmalla on vankat juuret. S-ryhmässä on järjestetty

ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneille kenttäkoulutusta jo 1950-luvulta lähtien. 1990-luvulla aloitettiin ammatillisen koulutuksen hankkineiden kenttäkoulutukset. Perinteikäs koulutus kaipasi uudistusta ja nykymuotoiset S-Trainee ja S-Päällikkö -koulutukset aloitettiin syksyllä 2009. Viime vuonna valmennuksiin osallistui 16 S-Traineeta (2011: 9) ja 21 S-Päällikköä (2011: 27).

LÄHES

7000

KESÄTYÖNTEKIJÄÄ

5000

HARJOITTELIJAA

TUTUSTU TYÖELÄMÄÄN JA TIENAA
– KOULULAISHARJOITTELIJAA

Jatkuvaa työtä turvallisen työympäristön varmistamiseksi

Turvallinen työ- ja asiointiympäristö on työntekijöiden ja asiakkaiden perusoikeus. S-ryhmässä turvallisen työ- ja asiointiympäristön varmistamiseen liittyy niin tapaturmien ennaltaehkäisy kuin erilaisten vaara- ja läheltä piti -tilanteiden tunnistaminen ja välttäminen. Ennaltaehkäisyssä keskeistä on henkilöstön turvallisuusosaamisen jatkuva kehittäminen ja työhön liittyvien vaarojen säännöllinen tarkastelu.

Työturvallisuuden johtaminen on S-ryhmässä osa riskienhallintaa ja työhyvinvointia. S-ryhmätasolla työturvallisuutta ohjataan niin yhteisillä tavoitteilla ja mittareilla kuin toimintaohjeilla ja työvälineilläkin. Vastuu tavoitteiden mukaisen työturvallisuuden järjestämisestä on kullakin S-ryhmään kuuluvalla yrityksellä. Tapaturmavakuu-

tusyhtiöiden kanssa toteutetaan aktiivista yhteistyötä alan parhaiden toimintatapojen käyttöönottamiseksi.

S-ryhmän toimipisteiden turvallisuutta seurataan omavalvonnalla ja ulkopuolisilla tarkastuksilla.

Yhteensä 751 S-ryhmän toimipaikalla (2011: 676) on Kaupan liiton myöntämä Turvasuojattu-merkintä. Merkinnän saavuttamiseksi on toimipaikan läpäistävä 34-kohtainen vaatimusluettelo, joka pitää sisällään palo-, rikos-, henkilö-, toimitila- ja tietoturvasuuteen liittyviä näkökohtia. Vakuutusyhtiöt tarkastavat puolestaan S-ryhmän kaikkien toimipisteiden turvallisuuden joka kolmas vuosi.



YHTEENSÄ 751 S-RYHMÄN
TOIMIPAIKALLA ON TURVA-
SUOJATTU-MERKINTÄ.



Viime vuonna S-ryhmässä sattui 2 799 työtapaturmaa (2011: 2 795) tapaturmataajuuden ollen 39 työtapaturmaa miljoonaa työtuntia kohden (2011: 40). Näistä tapaturmista 80 prosenttia tapahtui työssä (2011: 83 %) ja loput 20 prosenttia työmatkoilla (2011: 17 %). Työssä sattuvat tapaturmat ovat yleisimmin yläraajan venähdyksiä, kulkuväylillä liukastumisia ja kompastumisia tai haavoja ja muita pinnallisia vammoja. Ammattitaudit ovat harvinaisia. Vakavien eli yli 30 päivän poissaolon työstä aiheuttavien tapaturmien osuus kaikista tapaturmista oli 4,4 prosenttia (2011: 5,9 %).

S-ryhmä on toteuttanut Suomen Punaisen Ristin kanssa vuodesta 2004 lähtien Turvapassi-koulutuksia, jotka parantavat henkilöstön turvallisuusosaamista. Turvapassi antaa s-ryhmäläisille toimintavalmiuksia niin ensiapu- ja alkusammutustilanteisiin kuin

uhkaavien asiakkaidenkin kohtaamiseen. Viime vuonna Turvapassin hankki yhteensä 3 461 s-ryhmäläistä (2011: 3 384). Kaikkiaan Turvapassi-koulutuksen käyneiden määrä on jo 21 406 (2011: 17 913). S-ryhmässä on järjestetty myös ensiapukoulutusta, johon viime vuonna osallistui 272 henkilöä (2011: 422). Ensiapukertauskoulutuksen on suorittanut yhteensä 1 733 S-ryhmäläistä (2011: 1 461). Turvapassin lisäksi henkilöstön turvallisuusosaamista lisätään S-ryhmän omissa sisäisissä valmennuksissa sekä henkilöstölle suunnattujen verkko-oppimisaineistojen avulla.

Henkilöstön turvallisuuskoulutuksien lisäksi S-ryhmän suuryksiköissä, kuten esimerkiksi Prismoissa ja hotelleissa toteutetaan säännöllisesti poistumisharjoituksia muun muassa tulipalotilanteiden varalle.



21 406

TURVAPASSIA

JO 21 406 S-RYHMÄLÄISTÄ
ON KÄYNYT TURVAPASSI-
KOULUTUKSEN.

Työturvallisuus ennen kaikkea

Turvallisessa työpaikassa kaikki tuntevat riskit ja osaavat varautua niihin. Usein tärkeintä ovat arjen pienet asiat, kuten siisteydestä ja järjestyksestä huolehtiminen sekä ovien lukitseminen. Valitettavasti toisinaan työntekijöiden turvallisuutta uhkaa häiriökäyttäytyminen tai jopa ryöstöt.

Osuuskauppa Arinan Sale-myyvälöissä aloitti kesän 2012 alussa monipalveluvartijat. Heillä on vartijan vaatteet päällä ja he tekevät tavallisia myyjän töitä. He ovat vartiointialan ammattilaisia, joilla on vahva kaupan alan työkokemus. Monipalveluvartijoiden myötä häiriökäyttäytyminen on vähentynyt sekä henkilökunnan ja asiakkaiden turvallisuuden tunne on lisääntynyt.





Vastuullisen hankinnan kehittäminen

S-ryhmä vastaa valikoimissaan olevista tuotteista kahdelle miljoonalle asiakasomistajalleen. Hankintatoimintaan sisältyy lukuisia vastuullisuuslinjauksia. Näitä ovat muun muassa syrjimättömyysperiaate, tuotekohtaiset laatuvaatimukset ja työelämän oikeuksien valvonta riskimaaostoissa.

S-ryhmässä määriteltiin vuonna 2012 keskeisimmät tuotteiden vastuullisuuden kehittämisalueet. Näitä ovat tuotteiden jäljitettävyyden ja alkuperän läpinäkyvyyden parantaminen, tuotantoketjun sosiaalisen ja ympäristövastuun valvonnan kehittäminen ja tuoteturvallisuuden jatkuva parantaminen sekä raaka-aineiden vastuullisuuden kehittäminen sellaisissa tuotteissa, joiden raaka-aineisiin liittyy erityisiä vastuullisuusriskejä.

Kehittämisalueiden määrittelyn taustalla on vuonna 2011 tehty olennaisuusanalyysi, jonka perusteella sidosryhmämme pitävät

tärkeinä tietoa tuotteiden alkuperästä ja tuotantoketjusta, lähellä tuotettuja ja paikallisia tuotteita sekä vastuullisten valikoiden tarjoamista. Määrittelytyön pohjaksi teetettiin vuoden 2012 alussa myös selvitys siitä, mitä tuotteisiin ja palveluihin liittyviä vastuullisuusasioita muut samoilla toimialoilla toimivat yritykset maailmalla huomioivat vastuullisuustyössään. Selvityksen pohjalta arvioitiin nykytila S-ryhmän eri toimialoilla. Arvion pohjalta määriteltiin keskeisimmät kehittämiskohteet, joihin S-ryhmän tulee jatkossa panostamaan vastuullisuustyössään.

KESKEISIMMÄT TUOTTEIDEN VASTUULLISUUDEN KEHITTÄMISALUEET

1

Tuotteiden jäljitettävyyden ja alkuperän läpinäkyvyyden parantaminen

2

Tuotantoketjun sosiaalisen ja ympäristövastuun valvonnan kehittäminen

3

Raaka-aineiden vastuullisuuden kehittäminen



1 Huomio tuotteiden jäljitettävyyden parantamiseen

Tuotteiden jäljitettävyys ja alkuperän tunteminen on asiakkaillemme tärkeää. S-ryhmä haluaa tuntea tuotantoketjunsä hyvin, jotta siihen liittyvät riskit ja mahdollisuudet voidaan tunnistaa ja kehittää tuotannon vastuullisuutta. Tämä edellyttää panostamista tuotteiden jäljitettävyyteen ja sitä kautta tuotantoketjujen läpinäkyvyyden pitkäjänteiseen kehittämiseen.

Suurena ja monialaisena toimijana S-ryhmällä on myös suuri joukko tavarantoimittajia. S-ryhmän päivittäis- ja käyttötavarakaupalle tuotteita tai palveluita toimittaa yhteensä 2 697 tavarantoimittajaa. Valtaosa S-ryhmän tavarantoimittajista on kotimaisia, päivittäistavarakaupan toimittajista 52 prosenttia ja käyttötavarakaupan tavarantoimittajista 64 prosenttia. Meira Novan tavarantoimittajista 81 prosenttia on kotimaisia.

S-ryhmällä on tavarantoimittajia myös maista, joiden tuotantolaitosten työoloissa voi olla puutteita. Tällaisia maita kutsutaan tässä raportissa riskimaiksi. Päivittäistavarakaupan tavarantoimittajista neljä prosenttia on riskimaista, käyttötavarakaupan tavarantoimittajista 16 prosenttia ja Meira Novan tavarantoimittajista yksi prosentti.



toimittajista 16 prosenttia ja Meira Novan tavarantoimittajista yksi prosentti.

Alkuvuodesta 2013 tavarantoimittajien vastuullisuuskäytäntöjä selvitetään kyselyn avulla. Kyselyllä selvitetään, millaisia vastuullisuuskäytäntöjä tavarantoimittajillamme on tällä hetkellä ja miten he varmistavat tuotteiden jäljitettävyyden sekä ympäristö- ja sosiaalisen vastuullisuuden toteutumisen alihankintaketjussaan. Kyselyn avulla saamme arvokasta tietoa siitä, mitä toiminnassamme on kehitettävä yhdessä tavarantoimittajien kanssa, jotta voimme yhä paremmin varmistaa vastuullisen tuotevalikoiman asiakkaillemme.



Alkuperämaatieto näkyviin

S-ryhmälle on tärkeää, että tuotteiden alkuperästä kerrotaan mahdollisimman läpinäkyvästi. Käynnistimme vuonna 2011 hankkeen, jonka tavoitteena on lisätä pääraaka-aineen alkuperämaatieta kaikkii Rainbow- ja X-tra-tuotteisiin, vaikkei lainsäädäntö kaikkien elintarvikkeiden osalta sitä toistaiseksi vaadi. Tavoitteeksi asetettiin, että pääraaka-aineen alkuperämaa löytyy suurimmasta osasta oma merkki -elintarvikkeiden pakkauksista vuoden 2012 aikana. Vuoden 2012 lopussa merkintä löytyi 775 tuotteesta.

Helmikuun 2013 lopussa merkintä oli jo yli tuhannessa tuotteessa eli noin 75 prosentissa oma merkki -elintarvikkeista.

S-ryhmä on aloittanut projektin merkitä valmistusmaan myös omien merkkien käyttötavaratuotteisiin, vaikka laki ei velvoita merkitsemään myöskään kulutustavaroihin niiden alkuperää eli valmistusmaata. Valmistusmaatiedot ovat jo selvillä, mutta niiden lisääminen tuotteisiin vie oman aikansa.

Merkintöjä lisätään tuotteisiin sitä mukaa, kun pakkauksia uusitaan. Osassa tuotteita merkinnät näkyvät jo vuoden 2013 aikana.

775

ALKUPERÄMERKITTYÄ TUOTETTA

OMA MERKKI -ELINTARVIKKEIDEN
MÄÄRÄ, JOISSA PÄÄRAAKA-AINEEN
ALKUPERÄ MERKITTY VUODEN 2012
LOPUSSA

Israelilaista alkuperää olevat tuotteet

S-ryhmä päätti vuonna 2012 selkiyttää israelilaista alkuperää olevien tuotteiden alkuperämerkintöjä. Linjauksen tarkoitus on tarjota mahdollisimman läpinäkyvästi tietoa tuotteen alkuperästä ja antaa siten asiakkaille parempi mahdollisuus omien valintojen tekemiseen. Jatkossa S-ryhmässä myytävän tuotteen alkuperämaaksi merkitään Israel vain, jos se on valmistettu tai viljelty YK:n määrittelemän Israelin alueella. Linjaus on seurausta käydystä vuoropuhelusta Kirkon Ulkomaanavun ja Finnwatchin kanssa, jotka ovat peräänkuuluttaneet selkeämpää merkitsemistapaa Israelin siirtokunnista tuleville tuotteille.



2 Huomio tuotantoketjun valvontaan

Toinen S-ryhmän hankinnan vastuullisuuden kehittämisaikana on tuotantoketjun sosiaalisen ja ympäristövastuun valvonnan kehittäminen.

Nykyinen valvonta on keskittynyt etupäässä tuotteiden valmistusvaiheen työelämän oikeuksien valvontaan. Tuotteiden valmistuksen ympäristöasioiden valvontaan ei ole vielä käytössä vastaavaa kansainvälistä valvontamallia kuin työelämän oikeuksien valvonnan osalta. S-ryhmä on kuitenkin sitoutunut kartoittamaan vaihtoehtoja tuotantolaitosten ympäristövaikutusten arviointiin. Vuonna 2012 lähdimme mukaan kehittämään kansainvälistä toimintamallia Business Environmental Performance Initiative (BEPI) tuotantolaitosten ympäristöasioiden valvontaan. Vuoden 2013 aikana mallia pilotoidaan Vietnamin. Tavoitteena on, että BEPI:n avulla voimme vaikuttaa esimerkiksi tehtaiden energiankäytön tehostamiseen ja päästöjen vähentämiseen.

Riskimaiden työolojen valvonta

SOK on mukana Business Social Compliance Initiative -järjestelmässä, jonka tavoitteena on parantaa riskimaiden työoloja kansainvälisten sopimusten vaatimalle tasolle ja varmistaa, ettei asiakkaan tarvitse huolestua ostoksiensa alkuperästä. Riskimaihin kuuluvat suuri osa Afrikan, Aasian, Etelä- ja



Väli-Amerikan maista sekä tietyt Euroopan maat. BSCI-järjestelmässä on mukana yli 1 000 eurooppalaista yritystä.

BSCI:n toimintaperiaatteet (Code of Conduct) perustuvat kaikkein tärkeimpiin kansainvälisiin sopimuksiin, joilla suojellaan työntekijöiden oikeuksia. Näitä ovat etenkin ILO:n sopimukset ja suositukset. Kaikki BSCI:n jäsenyritykset sitoutuvat noudattamaan toimintaperiaatteita toimitusketjuissaan.

BSCI:ssä riippumattomat auditoijat tarkastavat tuotantolaitoksia ja varmistavat, että järjestelmän kriteerit toteutuvat käytännössä. Auditoinneissa tarkastetaan muun muassa tehtaalla käytettävät menetelmät ja se, että ne täyttävät kansallisen lainsä-

YLI
1000
YRITYSTÄ

BSCI-JÄRJESTELEMÄSSÄ ON
MUKANA YLI 1 000 EUROOPPA-
LAISTA YRITYSTÄ.



KATSO VIDEO BSCI:STÄ





BSCI:N TOIMINTAPERIAATTEIDEN (CODE OF CONDUCT) TAVOITTEET



Työntekijöiden järjestäytymisvapautta ja oikeutta kollektiiviseen neuvotteluun kunnioitetaan.



Syrjintää ei harjoiteta.



Lapsityövoiman käyttö on kielletty.



Työntekijöille maksetaan vähintään lainmukaista minimipalkkaa ja/tai alan ohjepalkkaa.



Työajat ovat kansallisen lainsäädännön mukaiset eivätkä ylitä 48 tunnin säännöllistä työaikaa + 12 tunnin ylityöaikaa viikossa.



Ei pakkotyötä tai kurinpitotoimia



Työpaikka on turvallinen ja terveellinen.



Ympäristöä kunnioitetaan.



Sosiaaliselle vastuulle on selkeät menettelytavat.



Lahjonnan ja korruption vastaiselle toiminnalle on selkeät menettelytavat.

dännön vaatimukset. Lisäksi varmistetaan muun muassa, että työntekijöillä on tarvittavat suojavälineet työn turvallista suorittamista varten. Yhteinen valvontajärjestelmä helpottaa sekä tuotantolaitoksia että kauppaketjua, sillä jokaisen sisäostajan ei tarvitse itse tarkastaa käyttämänsä tehtaan työoloja. Kansainväliseen järjestelmään kuuluminen on vahvuus myös siksi, että kun suuri joukko yrityksiä on sitoutunut samoihin periaatteisiin, myös tavarantoimittajien on kannattavaa sitoutua parannusten tekemiseen.

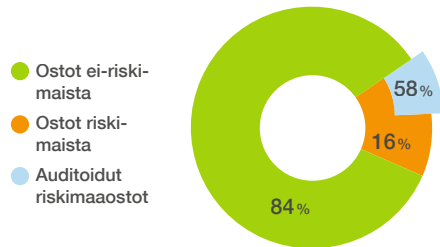
S-ryhmän päivittäistavarakaupan omien merkkien ja oman maahantuonnin ostovolyymin 16 prosenttia on riskimaista. Käyttötavarakaupan omien merkkien ja oman maahantuonnin ostovolyymin 61 prosenttia tulee riskimaista ja Meira Novan vastaavasti 15 prosenttia. Vuonna 2012 BSCI-auditointeja toteutettiin päivittäistavarakaupan puolella kymmenelle riskimaan tavarantoimittajalle (2011: 8) ja käyttötavarakaupan puolella 44 tavarantoimittajalle (2011: 33).

Päivittäistavarakaupan omien merkkien suorista riskimaastoista 58 prosenttia tehdään BSCI-auditoiduilta tavarantoimittajilta. Auditoiduista riskimaastoista 21 prosenttia tulee tavarantoimittajilta, jotka ovat saaneet auditoinnista arvonsaksi joko hyvä tai vaatii parannuksia. Yksi prosentti tulee SA 8000 -sertifioiduilta tavarantoimittajilta ja 78 prosenttia ei vielä täytä vaatimuksia.

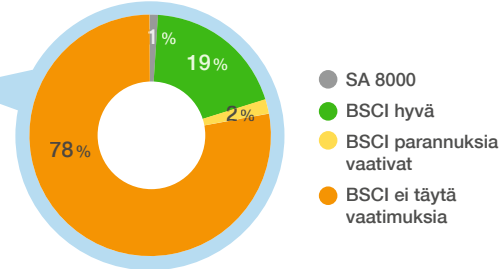
Käyttötavarakaupan omien merkkien suorista riskimaastoista 67 prosenttia tehdään BSCI-auditoiduilta tavarantoimittajilta. Auditoiduista riskimaastoista 51 prosenttia tulee tavarantoimittajilta, jotka ovat saaneet auditoinnista arvonsaksi joko hyvä tai vaatii parannuksia. Lisäksi 10 prosenttia auditoiduista riskimaastoista tulee SA 8000 -sertifioiduilta tavarantoimittajilta ja kaksi prosenttia lelualan ICTI-sertifioiduilta tavarantoimittajilta. 37 prosenttia ei vielä täytä vaatimuksia.



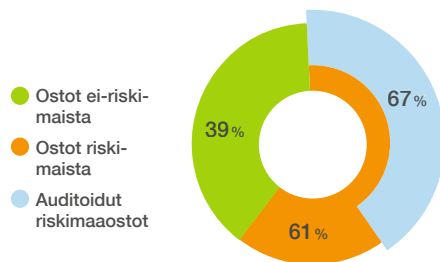
Päivittäistavarakaupan omien merkkin ja oman maahantuonnin ostot



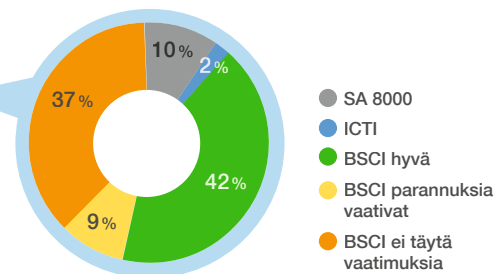
Päivittäistavarakaupan BSCI-auditointien tulokset



Käyttötavarakaupan omien merkkin ja oman maahantuonnin suorat ostot



Käyttötavarakaupan BSCI-auditointien tulokset



Yleisimmät poikkeamat auditointituloksissa ovat sosiaalisen vastuun johtamiskäytännöissä, dokumentaatioissa sekä työaika-, työterveys- ja työturvallisuuskäytännöissä. Niille tavarantoimittajille, joiden osalta tulos on parannuksia vaativa tai ei täytä vaatimuksia, tehdään uudelleenauditoinnit.

Uudelleenauditointien jälkeen tulokset yleensä paranevat. Tämä on jo nähtävissä käyttötavarakaupan osalta, jossa tehtyjen uudelleenauditointien myötä hyväksytyjen BSCI-auditointitulosten osuus on huomattavasti korkeampi.

Farkkujen hiekkapuhallusta ei sallita

S-ryhmä on kieltänyt vaarallisen hiekkapuhallusmenetelmän käytön S-ryhmän omilla merkeillä myytävien farkkukankaasta valmistettujen tuotteiden osalta. Kielto on kirjattu hankintakriteeristöön ja hiekkapuhalluskielto on myös tuotevaatimus S-ryhmän oma merkki -tuotteiden tavarantoimittajille. Tekstiilien manuaalinen hiekkapuhallus on puutteellisilla suojarusteilla suoritettuna vaarallista ja saattaa aiheuttaa jopa kuolemaan johtavaa silikoosia eli kivipölykeuhkosairautta.



3 Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen

Kolmas tuotteiden vastuullisuuden kehittämislue on raaka-aineiden vastuullisuuden varmistaminen. Moniin raaka-aineisiin liittyy ympäristö- tai sosiaalisen vastuun riskejä. Vuoden 2013 aikana S-ryhmässä määritellään kunkin toimialan osalta kriittiset raaka-aineet, joihin liittyy erityisiä riskejä, ja millaisia ratkaisuja niiden ratkaisemiseksi on käytettävissä. Työ on jo aloitettu ja esimerkiksi palmuöljylle, trooppiselle puulle ja kalatuotteille on linjaukset olemassa, ja valikoimissa on runsaasti erilaisia sertifioituja ja ympäristömerkittyjä tuotteita.

S-ryhmä kehittää erilaisten ympäristömerkittyjen ja sertifioitujen tuotteiden ja palveluiden valikoimia tavoitteellisesti. Asiakkaiden odotukset ja toiveet sekä toisaalta toteutunut ostokäyttäytyminen vaikuttavat suoraan tuotevalikoiman muodostamiseen.

Vastuullista palmuöljyä ja kestävästi tuotettua trooppista puuta

Monien tuontiraaka-aineiden tuotantoon liittyy luonnon monimuotoisuutta vaarantavia tekijöitä. Tämän vuoksi S-ryhmässä on kiinnitetty erityistä huomiota tiettyjen raaka-aineiden, kuten palmuöljyn ja trooppisen puun kestävä tuotannon varmistamiseen.



S-ryhmä sijoittui toiseksi parhaaksi suomalaisyritykseksi WWF:n vuoden 2011 palmuöljypisteytyksessä pistein 7/9. Vuonna 2012 pisteytystä ei tehty. S-ryhmässä on useiden vuosien ajan kiinnitetty huomiota palmuöljyn korvaamiseen muilla öljyvaihtoehtoilla sekä vastuullisen palmuöljyn hankintaan. Esimerkiksi oma merkki -kosmetiikkatuotteissa ei käytetä lainkaan palmuöljyä ja ravintoloissa syväpaistoöljyssä käytetty palmuöljy on sertifioitua. Päivittäistavara-kaupan oma merkki -tuotteissa taas on tehty paljon työtä palmuöljyn korvaamiseksi muilla kasviöljyillä silloin, kun se on tuotteen laadun kannalta mahdollista. Sellaisissa tuotteissa, joissa palmuöljyn korvaaminen jollakin toisella öljyvaihtoehtolla ei ole



mahdollista, suositetaan RSPO-sertifioitua palmuöljyä. 12 prosenttia S-ryhmän päivittäistavarakaupan oma merkki -tuotteiden palmuöljystä on sertifioitua.

SOK on ollut kestävä palmuöljyn yhdistyksen, Roundtable for Sustainable Palm Oilin (RSPO) jäsen vuodesta 2011. RSPO:n kriteerit edellyttävät palmuöljylviljelmiltä muun muassa sitä, että tuotannossa on suojeltava luonnon monimuotoisuutta ja kehitettävä toimintaa paremmaksi eettisin ja ekologisista kriteerein.

S-ryhmässä halutaan varmistaa trooppisesta puusta valmistettujen tuotteiden raaka-aineen kestävä tuotantotapa. Siksi olemme linjanneet, että trooppisesta puusta valmistettujen tuotteiden tulee olla valmistettu FSC-sertifioidusta puusta. Kun puussa on FSC-merkki, se on tuotettu luontoa säästävien menetelmin ja puunhankintayhtiö huolehtii työntekijöidensä oikeuksista ja työturvallisuudesta. Vuoden 2012 lopussa valikoimissa oli 69 FSC-merkittyä tuotetta (2011: 62 kpl). Trooppisesta puusta valmistettujen parkettien myynnistä S-ryhmä luopui kokonaan muutama vuosi sitten. Lisäksi valikoimissa oli 15 PEFC-sertifikatilla merkittyä puutuotetta (2011: 10 kpl).

Luomutuotteiden valikoima hurjassa kasvussa

Luomutuotteiden kysyntä on viime vuosina ollut selvässä kasvussa ja S-ryhmä onkin laajentanut luomutuotevalikoimiaan. Luomutuotteiden myynti kasvoi S-ryhmässä 26 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. Tässä avainasemassa on koko ketjun eli tuottajien, jalostajien ja kaupan yhteistyö, jota S-ryhmä on vahvasti mukana kehittämässä keväällä 2011 perustetun Pro Luomu ry:n kautta. S-ryhmä on yksi Pro Luomu ry:n perustajajäsenistä, jonka lisäksi SOK:n edustaja toimii yhdistyksen puheenjohtajana.

S-ryhmän osuus kuluttajien luomustuotoista Suomessa on 45 prosenttia (2011: 47 %, Nielsen Homescan), mikä tarkoittaa sitä, että S-ryhmä on Suomen suurin luomutuotteiden myyjä.

S-ryhmän päivittäistavarakaupan valikoimissa oli vuonna 2012 yli 2 200 erilaista luomutuotetta (2011: 1 700 kpl). Luku pitää sisällään sekä valtakunnallisissa ketjuvalikoimissa olevia että osuuskauppojen paikallisesti hankkimia tuotteita. Suomessa tuotettujen ja valmistettujen luomutuotteiden osuus S-ryhmän ruokakauppojen luomumyynnistä oli 63 prosenttia (2011: 68 %).



YLI

2200

LUOMUTUOTETTA

LUOMUTUOTTEIDEN MÄÄRÄ
PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN VALIKOIMISSA VUODEN 2012 LOPUSSA

69

FSC-MERKITTYÄ TUOTETTA

FSC-MERKITTYJEN TUOTTEIDEN
MÄÄRÄ VALIKOIMISSA VUODEN
2012 LOPUSSA



Matkailu- ja ravitsemiskaupan valikoimissa oli 231 (2011: 151 kpl) erilaista luomutuotetta, käyttötavarakaupan valikoimissa oli puolestaan 145 erilaista luomutuotetta. Vuoden 2012 toukokuusta alkaen S-ryhmän ravintoloiden viidestä asiakasomistajaviinistä kaksi on ollut luomuviinejä. Luomuviinien osuus punaviinien myynnistä oli 10 prosenttia (2011: 5 %) ja valkoviinien 10 prosenttia (2011: 5 %). Myös S-ryhmän hotellien aamiaisilla tarjotaan aina jotakin luomutuotetta.

Reilun kaupan tuotteita kaupoissa ja ravintoloissa

S-ryhmän päivittäistavarakaupan valikoimissa oli 163 Reilun kaupan tuotetta vuonna 2012 (2011: 83 kpl) ja ravitsemiskaupan valikoimissa 71 Reilun kaupan tuotetta (2011: 16 kpl). Käyttötavarakaupan ja hotellien valikoimissa oli kummassakin yksi Reilun kaupan tuote (Käyttötavarakauppa 2011: 16 kpl).

Valtakunnallisissa ketjuravintoloissa Reilun kaupan viinien osuus punaviinien myynnistä vuonna 2012 oli 15 prosenttia (2011: 37 %) ja valkoviinien 13 prosenttia (2011: 33 %). Asiakasomistajaviineissä oli vuonna 2011 kaksi Reilun kaupan viiniä ja vuonna 2012 keväästä lähtien niiden sijaan valikoimaan tuli kaksi luomuviiniä.

Ympäristömerkittyjä tuotteita ja palveluita

Ympäristömerkittyjen tuotteiden määrä valikoimissa on kasvanut vuoden 2012 aikana. Vuoden 2012 lopussa eri S-ryhmän toimialojen valikoimissa oli jo yhteensä 881 Pohjoismaisella ympäristömerkillä eli Joutsenmerkillä merkittyä tuotetta. Näistä päivittäistavarakaupan valikoimissa oli 453 tuotetta (2011: 374 kpl), käyttötavarakaupan valikoimissa 61 tuotetta (2011: 62 kpl) ja S-ryhmän ravintoloiden valikoimissa 367 tuotetta.

Viisi Sokos Hotellia on saanut Joutsenmerkin ympäristön huomioivasta toiminnastaan. Lisäksi kaikilla seitsemällä Suomen Radisson Blu -Hotelleilla on Joutsenmerkki.

Myös eurooppalaisella EU-kukka-ympäristömerkillä merkittyjä tuotteita oli valikoimissa erityisesti tekstiilipuolella. Käyttötavarakaupan valikoimissa vuonna 2012 oli 129 EU-kukka-tuotetta, päivittäistavarakaupan valikoimissa seitsemän ja ravintoloissa kolme (2011: valikoimissa oli yhteensä 147 EU-kukka tuotetta).

881

JOUTSENMERKITYÄ
TUOTETTA

JOUTSENMERKKI-TUOTTEIDEN
MÄÄRÄ VALIKOIMISSA 2012 LOPUSSA



Kalaa vain kestäväistä kalakannoista

S-ryhmässä myytävien kalatuotteiden hankintaa ja valikoimia koskevat kriteerit laadittiin syksyllä 2009 ja ne päivitettiin keväällä 2012. Perusperiaate on, että päivittäistavarakaupan ja ketjuravintoloiden valikoimiin ei hyväksytä kaloja uhanalaisista, vaarantuneista tai ylikalastuksen kohteena olevista kalakannoista. S-ryhmä ei myöskään hyväksy ympäristölle haitallisten kalastustapojen, kuten dynamiitin tai myrkyllisten aineiden käyttöä kalojen pyynnissä.

Kalavalikoimia koskeva linjaus huomioi noin 80 eri kalalajia. Joillekin kalalajeille on asetettu erillisiä kalastusalueita tai -menetelmiä koskevia kriteereitä, joilla varmistetaan, että kalavalikoimamme ovat kestäväistä kalakannoista. Erityisen tiukkoja kriteereitä on asetettu monille kaukaa tuleville lajeille, koska niihin liittyy suurempia riskejä ylikalastuksesta tai kalastuksen valvonta on heikkoa.

Myös ympäristömerkittyjen kalatuotteiden valikoimaa kehitetään systemaattisesti. S-ryhmän ruokakauppojen valikoimissa oli 43 MSC-sertifioitua kalatuotetta vuonna 2012 (2011: 25 kpl). S-ryhmän ravintoloissakin on tarjolla MSC-sertifioitua kalaa ja kaikkiaan valikoimissa on 20 MSC-sertifioitua tuotetta.

Vuonna 2012 keskusteltiin paljon kotimaisten lajien kestävästä kalastuksesta. WWF Suomen alkuvuodesta 2012 julkaisemassa Kuluttajan kalaoppaassa suositeltiin

välttämään Itämeren villiä lohta ja vaellussiikaa niiden luonnonvaraisten kantojen huonon tilan vuoksi. Eri merellisten siikakantojen erottaminen on kuitenkin hyvin vaikeaa, minkä vuoksi yhden kannan sulkemista pois valikoimista olisi ollut mahdotonta valvoa.

Koska siika ja lohi ovat kalastuselinkeinolle tärkeitä lajeja, ja asiakkaamme haluavat niitä ostaa, tunnistimme, että niiden kalastuksen ja suojelun tasapainon löytämiseen tarvitaan yhteistyötä eri tahojen kanssa. Kävimme vuoden 2012 aikana tiivistä vuoropuhelua sekä WWF Suomen että kalastusjärjestöjen kanssa ja osallistuimme aktiivisesti maa- ja metsätalousministeriön perustaman siikatyöryhmän toimintaan.

Vuoden 2013 alusta käynnistyi myös maa- ja metsätalousministeriön perustama lohistrategiatyöryhmä, jossa olemme aktiivisesti mukana hakemassa keinoja Itämeren lohen tilan parantamiseksi.

Lähikalan tarjonnan parantaminen

S-ryhmän ruokakaupan tavoitteena on, että asiakkaille voitaisiin jatkossa tarjota yhä enemmän kotimaista läheltä tulevaa kalaa. Kalakaupan kehittämisessä tavoitteenamme on entistä tuoreempi ja monipuolisempi valikoima muiden muassa kuhaa, ahventa ja muikkua. Kotimaisen lähikalavalikoiman parantamiseksi tarvitaan lisää tarjontaa kotimaisesta lähellä kalastetusta meri- ja järvikalasta.



Kotimainen biopolttoaine EkoFlex E85

ABC-asemilla myytävä EkoFlex E85 -polttoneste on kotimainen, suomalaisiin oloihin kehitetty innovaatio. Se sisältää 80–85 prosenttia bioetanolia, jota valmistetaan kotimaisesta elintarviketeollisuuden ja ruokakaupan biojätteestä, eikä sen tuotanto näin ollen kilpaile samasta viljelysmaasta ruoantuotannon kanssa. Bioetanolin valmistuksessa hyödynnetään muun muassa sellaista kauppojen leipäjätettä, jota ei voida lahjoittaa hyväntekeväisyyteen. Esimerkiksi Helsingin Osuuskauppa Elannon ja Osuuskauppa Hämeenmaan päivittäistavara-kauppojen leipäjätettä ohjataan bioetanolin valmistukseen. ABC-ketjun ensimmäiset EkoFlex E85 -tankkauspisteet avattiin kesällä 2011 ja tällä hetkellä niitä on 30 eri puolilla Suomea (2011: 16 kpl). EkoFlex E85 -polttonesteelle on myönnetty kotimaisesta työstä kertova Avainlippu-tunnus.

EkoFlex E85 -polttoneste vähentää autoilun hiilidioksidipäästöjä jopa 80 prosenttia. Jäte- tai tähdepohjaisen etanolin tuotannon sivutuotteena syntyy rehua maatalouteen sekä vettä. Tuotantolaitoksissa biojätteestä syntyvä noin 80-prosenttinen etanoli väkevöidään väkevöintilaitoksessa 99,8-prosenttiseksi, minkä jälkeen se sekoitetaan bensiinin kanssa. Lopullisessa tuotteessa

bensiinikomponenttien osuus on 15–20 prosenttia.

EkoFlex E85 -polttonesteen käyttäminen edellyttää niin sanottua flexifuel-automallia, joka on ulkoisilta ominaisuuksiltaan, hinnaltaan ja peruskäytöltään samanlainen kuin bensiinikäyttöinen auto. S-ryhmän autokaupan valikoimassa on flexifuel-automalleja Volvolla, Dacialta, Fordilta ja Renaultilta.

Ympäristöystävälliset pakkausmateriaalit

S-ryhmän ravintoloiden ruokalistojen, ser-viettien ja take away -astioiden materiaaleis-sa otetaan mahdollisuuksien mukaan huomioon ympäristöasiat. Esimerkiksi Rosson take away -laatikot ovat joko biohajoavia tai valmistettu muuten ympäristöä vähemmän kuormittavasta materiaalista. Myös Coffee House -ketjun take away -mukit, pakkauspussit ja käärepaperit ovat täysin biohajoavia. Materiaalien käytön tarpeen-mukaisuuteen on myös kiinnitetty huomiota uusilla ratkaisuilla. Esimerkiksi Bravuriassa painettuja ruokalistoja on vähennetty QR-koodiilistan ja seinätauluruokalistan avulla.

Osassa S-etukortteja ja S-Pankin lahja-kortteja otettiin käyttöön uusi PVC-muovia ympäristöystävällisempi materiaali.



KATSO EKOFLEX E85
-TANKKAUSPAIKAT





S-ryhmän oman kosmetiikkamerkin We Care Iconin pakkauksissa käytetään puolestaan aina mahdollisuuksien mukaan kierrätysmuovia, eikä tuotteita pakata erillisiin kartonkipakkauksiin. We Care Icon -tuotteet on valmistettu Keski-Euroopassa, eikä niitä testata eläimillä. We Care Icon -sarjan kosmetiikkaa ostamalla tukee samalla myös WWF:n työtä Itämeren suojelun hyväksi. Jokaisesta myydyistä tuotteesta lahjoitetaan viisi senttiä WWF:n Operaatio Merenneidolle.

Vuonna 2012 S-ryhmän päivittäistavarakaupoissa myytiin yhteensä lähes 150 miljoonaa kauppakassia (2011: 147 milj.). Näistä perinteisiä muovikasseja oli 143,5 miljoonaa (2011: 141 milj.), joista 101,5 miljoonassa kappaleessa (2011: 96 milj.) käytettiin uusio- tai kierrätysmuovia. Vaikka myytyjen muovikassien kokonaismäärä on kasvanut, on neitseellisestä materiaalista valmistettujen muovikassien määrä laskenut noin kahdella miljoonalla kappaleella ja uusio- tai kierrätysmuovista valmistettujen kassien määrä kasvanut noin 5,3 miljoonalla kappaleella. S-ryhmä onnistui tavoitteessaan kasvattaa uusio- tai kierrätysmuovin osuutta muovikasseissa. Muovikasseista uusio- ja kierrätysmateriaaleista valmistettujen osuus on 68 prosenttia ja neitseellisestä materiaalista valmistettujen osuus 28 prosenttia.

Vuodesta 2012 alkaen S-ryhmän ruokakaupoissa myytävien tuotteiden kuljetussuojamuoveja on alettu toimittaa muovikassien raaka-aineeksi muovikassitavarantoimittajille. Yhteistyön tuloksena osassa S-ryhmän muovikasseista jopa 30 prosenttia raaka-aineesta on peräisin näistä talteen kerätyistä materiaaleista.

Osuustoiminnan juhlavuoden kunniaksi tehty kestokassi juhlatuoksilla kasvatti kestokassien myyntiä 27,4 prosenttia. Kestäviä ja monikäyttöisiä kestokasseja myytiin

S-ryhmän ruokakaupoissa vuonna 2012 620 000 kappaletta (2011: 582 000 kpl). Jatkossa kestokasseihin tuodaan säännöllisin väliajoin vaihtuvat kuosit.

Valikoimissa on myös maksuton biohajoava hedelmä- ja vihannespussi. Vuonna 2011 biohajoavien hedelmä- ja vihannespussien osuus oli 3,8 prosenttia kaikista käytetyistä hedelmä- ja vihannespusseista. Vuonna 2012 osuus nousi 4,5 prosenttiin. Kasvua edelliseen vuoteen oli yli 25 prosenttia.



68%

**UUSIO- JA KIERRÄTYS-
MATERIAALIA**

**UUSIO- JA KIERRÄTYSMATERIAA-
LEISTA VALMISTETTujen
MUOVIKASSIEN OSUUS**

+ 25%

**BIOHAJOAVIA HEDELMÄ-
JA VIHANNESPUSSEJA**

**BIOHAJOAVIEN HEDELMÄ-
JA VIHANNESPUSSIEN
KÄYTÖN KASVU VERRATTUNA
VUOTEEN 2011**





Kotimaista ja paikallista arvostetaan

Asiakkaat arvostavat yhä enemmän kotimaista ruoan tuotantoa ja lähiruokaa. S-ryhmän ruokakaupan lähiruokastrategia on valmistelussa ja sen tavoitteena on lisätä kuluttajien toivomia paikallisia vaihtoehtoja.

Lähiruokastrategiassa asetetaan selkeät laatu- ja määrätavoitteet sekä määritellään toimivat keinot tavoitteisiin pääsemiseksi. Tavoitteiden saavuttaminen edellyttää tiivistä yhteistyötä osuuskaupan ja tuottajien välillä. Toimivan yhteistyön kautta tavoitellaan uusien kasvupolkujen rakentamista monesti paikallisille tavarantoimittajille.

S-ryhmälle on tärkeää tarjota asiakkaille kotimainen vaihtoehto aina, kun se on mahdollista. Kotimaisen ja lähiruoan tuotannon turvaamiseksi tarvitaan koko elintarvikeketjun yhteistyötä. Suomessa omavaraisuus on monien tuotteiden osalta suhteellisen korkealla tasolla. Esimerkiksi tuoreessa lihassa omavaraisuusaste on noin 80 prosenttia, mutta S-ryhmässä myydyistä tuoreesta lihasta 95 prosenttia on kotimaista alkuperää.

Paikallisuus näkyy valikoimissa

Paikalliset tuotteet ovat yhä tärkeämpi osa S-ryhmän ruokakauppojen valikoimia ja asiakkaat arvostavat ruokaa, jonka taustat, valmistajan ja tuotantoketjun he tuntevat. Tuote voi löytää tiensä S-ryhmän valikoimiin kolmea eri kautta. Pieni paikallinen tuottaja voi asioida suoraan yksittäisen toimipaikan kanssa. Alueosuuskaupat tekevät jatkuvaa yhteistyötä oman alueensa tuottajien ja tavarantoimittajien kanssa lisätäkseen paikallisten tuotteiden valikoimaa myymälöissään. Jos tuotantomäärät ovat riittävän suuret, voi tuote päästä myös S-ryhmän valtakunnallisiin ketjuvalikoimiin.

Paikallisia tuotteita on osuuskauppojen valikoimissa runsaasti erityisesti tuoretuotteissa. Vihanneksissa jopa yli puolet ruokakauppojen myynnistä tulee omalla alueella viljellyistä tuotteista ja parhaimmillaan kahvi ja ruokaleivästä kaksi kolmasosaa leivotaan lähileipomoissa. Osassa osuuskauppoja on



otettu käyttöön omat lähituotemerkinnot ja tehty lähituote-esillepanoja, jotta asiakkaan on helpompi löytää ne.

Lähituottajien tarjontaa näkyy myös monien ravintoloiden listoilla ja liikennemyymälöiden vitriineissä. Sokos Hotellien aamiaispöydästä löytyy aina ainakin yksi paikallinen erikoisuus.

Avainlippu kertoo kotimaisesta työstä

Kotimaisesta työstä kertovia Avainlippu-tuotteita on S-ryhmän ruokakauppojen ja ravitsemiskaupan valikoimissa jo 1 900 kappaletta. Näistä ruokakauppojen valikoimissa on 1 551 tuotetta ja ravitsemiskaupan valikoimissa 349. Avainlippu on vapaaehtoinen tunnus tuotteille ja palveluille, jotka on valmistettu Suomessa. Useat osuuskaupat, ABC-ketju ja S-Pankki ovat saaneet Avainlippu-tunnuksen.

1900

AVAINLIPPU-TUOTETTA

S-RYHMÄN RUOKAKAUPPOJEN JA RAVINTOLOIDEN VALIKOIMISSA OLEVIA AVAINLIPPU-TUOTTEIDEN MÄÄRÄ

Tuotteiden turvallisuus on avainasia

Valikoimissa olevien tuotteiden turvallisuuden jatkuva varmistaminen on S-ryhmälle ensiarvoisen tärkeää. Kattavalla valvonnalla ja yhdessä sovitulla toimintatavalla päästään parhaaseen lopputulokseen.

Elintarviketurvallisuuden varmistaminen on ensisijaisen tärkeä osa päivittäistavarakaupan ja ravintolatoimialan toimintaa. Kattavalla lakisääteisellä omavalvonnalla varmistetaan, että ketjun jokainen porras huolehtii omalta osaltaan elintarvikkeiden laadun varmistamisesta, esimerkiksi oikeiden säilytyslämpötilojen ja kylmäketjun osalta.

Ruokakauppojen valikoimiin tulevien uusien elintarvikkeiden laatu varmistetaan ja tuotteet arvioidaan aistinvaraisesti jo ennen niiden hyväksymistä valikoimiin. Vuonna 2012 S-ryhmän hankinnassa tutkittiin yhteensä 2 315 päivittäistavaran tuotenäytettä. Myös käyttötavaroiden turvallisuus testataan ennen valikoimiin hyväksymistä. Vuonna 2012 tutkittiin 225 käyttötavaratuotenäytettä.



Valikoimissa olevia tuotteita tutkitaan vuosittaisen riskiperusteisen omavalvontasuunnitelman mukaisesti. Esimerkiksi liha- ja kalatuotteita tutkitaan useita kertoja vuodessa ja muita kuin elintarviketuotteita hieman harvemmin. Vuonna 2012 omavalvottiin uusia ja valikoimissa olevia tuotteita yhteensä 1 849 päivittäistavarakaupan tuote-erästä. Käyttötavarakaupan tuotteita testattiin yhteensä 441 tuote-erästä. Uusi tuotetutkimuksen toimintamalli otettiin käyttöön vuoden 2012 aikana.

Päivittäistä omavalvontaa toimipaikoissa

Hankinnan ja logistiikan lisäksi omavalvontaa toteutetaan myös jokaisessa päivittäistavarakaupan toimipaikassa. S-ryhmän ruokakaupoissa kiinnitettiin huomiota systemaattiseen omavalvontaan muun muassa kehittämällä omavalvonnan ohjeistuksia vuonna 2012. Tuotteiden laatua seurataan aistinvaraisesti myyntipäivän aikana, ja mikäli tuotteen laatu on jostain syystä heikentynyt, se poistetaan myynnistä. Lisäksi esimerkiksi kaikkien säilytystilojen lämpötiloja seurataan säännöllisesti omavalvontasuunnitelman mukaisesti.

Yli 90 prosenttia myymälöistä on ottanut käyttöön omavalvonnan tietopankkijärjestelmän, josta viranomaiset pääsevät suoraan

tarkastelemaan yksittäisten myymälöiden omavalvontakirjauksia. Myymälöiden tietopankkiin tekemien omavalvontakirjauksen säännöllinen seuranta ja raportointi on aloitettu vuonna 2012.

Toimintamallit kunnossa tuotevirheiden varalta

Ennaltaehkäisevä toiminta on elintarviketurvallisuudessa olennaista, mutta toimintamallien täytyy olla kunnossa myös virheiden varalta. S-ryhmän päivittäistavarakaupassa on käytössä oma vakavia tuotevirheitä koskeva toimintamalli. Sen tavoitteena on, että vakavissa tuotevirhetapauksissa tiedonkulku on mahdollisimman nopeaa ja yhteistyö viranomaisten kanssa sujuvaa.

Vuonna 2012 päivittäistavarakaupan tuotteita vedettiin takaisin myymälöistä 71 kertaa ja käyttötavarakaupan tuotteita 90 kertaa. Joskus tuotteita joudutaan vetämään takaisin kuluttajilta saakka. S-ryhmän päivittäistavarakaupassa oma merkki -tuotteiden takaisinvetoja kuluttajalta saakka tehtiin yksi ja myös käyttötavarakaupassa näin toimittiin kerran.

Kuuntelemme aktiivisesti asiakkaidemme ääntä laadunvarmistustyössä. Kaikki reklamaatiot ja tuotepalautteet käsitellään tarkkaan ja viestiä viedään eteenpäin



tavarantoimittajille ja valmistajille. Päivittäis- tavarakaupan omien merkkien valmistuksessa kuluttajapalautteita käytetään hyväksi myös tuotekehityksessä ja tavarantoimittajien valinnassa. Vuonna 2012 S-ryhmän kuluttajapalvelut vastaanottivat ja käsittelivät yhteensä 58 587 oma merkki -tuotteita koskevaa kuluttajapalautetta, joista 16 890 koski päivittäistavarakaupan tuotteita ja 41 697 käyttötavarakaupan tuotteita.

Kemikaalit tarkastelussa

Haluamme tarjota asiakkaillemme vain sellaisia tuotteita, joita on turvallista käyttää. Vaateteollisuuden luonteesta johtuen kemikaalien käyttöä arvoketjussa on vaikea välttää. Kun vaatteita esimerkiksi tuodaan kaukomailta, pitää niiden myyntikuntoisuus säilyttää pitkästä kuljetusmatkasta huolimatta. Tämä asettaa vaatimuksia tuotteiden suojaamiselle kuljetuksen aikana.

EU-lainsäädäntö ja kansallinen lainsäädäntö asettavat raja-arvot kemikaalijäämille ja nämä ovat ehdottomia minimivaatimuksia, jotka kaikkien S-ryhmän tavarantoimittajien pitää täyttää voidakseen toimittaa tuotteitaan S-ryhmän toimipaikoissa myytäväksi. Joillekin tuotealueille, esimerkiksi vauvojen ja lastenvaatteisiin, on asetettu lainsäädännön ylittäviä erityisvaatimuksia.

S-ryhmän käyttötavarakaupan valikoimissa on myös 915 Ökotex-sertifioitua tuotetta, 61 Joutsemerkittyä ja 129 EU-kukka-tuotetta, joiden valmistuksessa kemikaalien käyttöä on rajoitettu enemmän kuin lainsäädäntö vaatii.

Käyttötavarakaupan hankinnassa tehdään myös omaa kemikaalitestauksia lakisääntöjen viranomaisvalvonnan lisäksi. Myös Tullilaboratorio tekee pistokokeita kaikkien tuotteiden osalta osana tuonnin valvontaa. Vuonna 2012 testeissä tuli esiin yksi tuotepakkauksen virhe, jonka vuoksi pakkaukset vaihdettiin ennen tuotteiden saattamista kauppoihin.

S-ryhmän päivittäis- ja käyttötavarakaupassa on vuodesta 2011 saakka käytetty kassakuittipaperia, joka ei sisällä bisfenoli A -nimistä kemikaalia. Bisfenoli A (BPA) on kemikaali, jota käytetään yleisimmin polykarbonaattimuovin valmistuksessa. Kassakuittien valmistuksessa kemikaalia on käytetty tulostusjäljen parantamiseen. Keskustelua BPA-jäämien aiheuttamista mahdollisista haittavaikutuksista erityisesti kuitteja työssään paljon käsitteleville kassahenkilöille on käyty Suomessa ja Euroopassa. Suomen viranomaiset eivät kuitenkaan ole antaneet asiasta ohjeistuksia.

58 587

KULUTTAJAPALAUTETTA

S-RYHMÄN KULUTTAJAPALVELU
VASTAANOTTI JA KÄSITTELI
58 587 OMA MERKKI -TUOTTEITA
KOSKEVAA KULUTTAJAPALAUTETTA
VUONNA 2012.



Vastuullisia palveluja ja kehitystyötä

S-ryhmässä tehdään jatkuvaa kehitystyötä asiakasomistajien arjen helpottamiseksi. Viime vuonna huomiota kiinnitettiin muun muassa erilaisiin ostamisen tapoihin. Lukuisia uusia sähköisiä palveluja otettiin käyttöön ja jo olemassa olevia päivitettiin vastaamaan nykyajan kuluttajan tarpeita.

Ruokakaupan uudet tuulet

Suomalainen ruokakauppa otti askeleen kohti uusia palveluratkaisuja, kun S-ryhmä avasi ensimmäiset pikakassansa asiakas-käyttöön kesäkuussa 2012 S-market Vallilassa Helsingissä.

Uudessa pikakassakonseptissa asiakas kerää tuotteet ostoskoriinsa normaalisti, mutta hoitaa tuotteiden EAN-koodien skannauksen ja maksamisen maksukortilla omatoimisesti pikakassapisteessä. Ostosten teko ja maksaminen on pikakassakonseptissa tehty asiakkaalle mahdollisimman helpoksi ja turvalliseksi. Paikalla on aina myös pikakassaopas, joka ohjaa pulmatilanteissa ja valvoo esimerkiksi ikärajavalvottavien tuotteiden myyntiä. Paljon myönteistä palautetta asiakkailta saaneita pikakassoja pidetään kätevinä erityisesti pienten ja nopeiden ostosten kanssa. Vuonna 2012 pikakassoja oli pilottikäytössä neljä kappaletta: kaksi Helsingissä, yksi Lahdessa ja yksi Tampereella.

S-ryhmän päivittäistavarakaupan ja Digital Foodie Oy:n rakentama Foodie.fm-palvelu on kehittynyt digitaalisesta ruoka-apulaيسةsta vuorovaikutteisuutta vahvasti hyödyntäväksi sosiaalseksi yhteisöksi. Vuoden 2012 lopussa palvelulla oli jo 300 000 käyttäjää. Lisäksi maailman ensimmäinen päivittäistavarakaupan personoitu osto- ja ruokasuosituspalvelu alkoi toimia maaliskuusta 2012 lähtien verkkoruokakauppana pääkaupunkiseudulla, Oulussa ja Kuopiossa. Foodie.fm-palvelusta löytyvät täydelliset hinta- ja valikoimatiedot kaikista S-ryhmän päivittäistavaramyymälöistä. Tällainen ruokakaupan läpinäkyvyys on harvinaista jopa maailmanlaajuisesti.

Foodie.fm-palvelu oppii käyttäjien valintoista, joihin pohjautuen palvelu suosittelee kunkin käyttäjän yksilöllisiin tottumuksiin parhaiten sopivia reseptejä ja tuotteita. Palvelu ottaa huomioon rajoitteet ja mieltymykset, kuten ruoka-allergiat, lempiruuat ja käytettävissä olevan budjetin. S-ryhmä ja



KATSO, MITEN
PIKAKASSA TOIMII



foodie.fm

TUTUSTU FOODIE.FM-PALVELUUN.



Foodie.fm-palvelu palkittiin amerikkalaisessa Retail TouchPointsin Channel Innovation Awards -kilpailussa. Kilpailussa nostettiin esiin erilaisia kaupan alan monikanavaisia menestystarinoita, joilla asiakkaiden palvelutarve on onnistuttu ratkaisemaan uudella tavalla. Lisäksi S-ryhmä on palkinnut Foodie.fm-palvelun rakentaneen Digital Foodie Oy:n Suomalaisen Työn Liiton Hyvän työn palkinnolla. Digital Foodie on edelläkävijäyritys, joka on auttanut S-ryhmää kehittämään asiakkaiden arkea helpottavaa palvelua.

Alepan Kauppakassi -palvelu on Suomen tunnetuin ruoan verkkokauppa. Se on toiminut ja helpottanut ihmisten arkea jo parin vuoden ajan. Palvelu tuo ruoat kotiovelle tai yrityksille tarvittaessa vain muutaman tunnin

varoitusaajalla. Tällä hetkellä Kauppakassi-palvelu toimii Helsingin, Espoon, Vantaan ja Kauniaisten alueella, saaristoaluetta lukuun ottamatta, tarjoten ruoan verkko-ostamisen mahdollisuuden edullisin Alepan hinnoin yli miljoonalle suomalaiselle.

Alepan Kauppakassi -palvelu toi viime vuoden kesäkuussa ensimmäisenä Suomessa viivakodeihin perustuvat mobiiliseinät kaupunkikuvaan. Mobiiliseiniin on tuotu kattava valikoima Alepan tuotteita, joita voi ostaa skannaamalla tuotteiden yhteydessä olevat viivakoodit matkapuhelimen avulla.

Viivakoodista avautuvat myös tarkat tuote- ja ravintosisältötiedot. Alepan mobiiliseinä palkittiin tänä vuonna Retail Awards -palkinnolla vuoden verkkokauppa -sarjassa.



**KATSO, MITEN ALEPAN
KAUPPAKASSI-PALVELU
JA VIIVAKOODIOSTAMINEN
TOIMII**





Sokos Hotelleille majoitusalan ensimmäinen Allergiatunnus

Sokos Hotellit ovat saaneet ensimmäisenä majoitusyrityksenä Suomessa Allergia- ja astmaliiton Allergiatunnuksen käyttöoikeuden. Allergiatunnus on myönnetty 34 Sokos Hotellille ja tavoitteena on, että tunnus myönnettäisiin kaikille ketjun hotelleille Suomessa (pois lukien lemmikkiystävälliset hotellit). Allergia- ja astmaliitto myönsi Vuoden allergiateko 2012 -tunnustuksen Sokos Hotelleille.

Allergia- ja astmaliitto ja Sokos Hotellit aloittivat yhteisen kehitystyön vuonna 2006. Kehitysprojektissa on parannettu erityisesti hotellihuoneiden sisäilman laatua, pinta- ja sisustusmateriaaleja sekä siivousmenetelmiä ja -aineita. Esimerkiksi sisustusmateriaalien helppo-
hoitoisuuteen ja laatuun on kiinnitetty erityishuomiota. Tuoksuttomien siivousaineiden lisäksi Sokos Hotelleissa on jatkossa tarjolla myös tuoksuttomia henkilöhygieniatuotteita, ja lemmikeille ja tupakoiville sopivat huoneet sijoitetaan omiin kerroksiinsa helpottamaan allergisten majoittumista.

SOKOS HOTELS -KETJUN TÄYTTÄMÄT ALLERGIATUNNUKSEN KRITTEERIT



Savuttomia ja eläin-
pölyttömiä huoneita



Hajusteettomat
pesu- ja puhdistusaineet



Hajusteettomat
hygieniatuotteet



Kriteerit täyttävä
ilmanvaihto



Allergiaystävälliset
sisustus- ja pintamateriaalit



Sähköisiä palveluja hotelleissa ja ravintoloissa

Majoitus- ja ravintolapalveluiden sähköisiä palveluja kehitettiin helpottamaan asiointia entisestään. Viime vuonna käynnistettiin muun muassa Sokos Hotels Goes Online -kehityshanke. Tavoitteena on uudistaa Sokos Hotellien verkkopalveluita ja kehittää huoneiden varausmahdollisuuksia sekä joustavaa hinnoittelua vastaamaan nyky-päivän kuluttajakäyttäytymistä.

S-ryhmän ravintoloissa otettiin käyttöön sähköinen Livebooking online -pöytävaraus-palvelu, jonka kautta pöytävarauksen voi tehdä reaaliajassa. Viime vuonna 80 ravintolaa otti palvelun käyttöön.

Coffee House -kahvilat toivat puolestaan ensimmäisenä kahvilaketjuna Suomessa asiakkaidensa käyttöön iPadit paperisten sanomalehtien rinnalle. Paperilehdet menevät kahviloissa nopeasti huonoon kuntoon, kun taas tabletissa tätä ongelmaa ei ole. Samalla vältetään ylimääräisen paperijätteen syntyminen. Laitteissa on myös yhteys sosiaaliseen mediaan ja tietoja Coffee Housen tuotteista. Lisäksi asiakkaat voivat osallistua tabletin avulla kahvilan kehittämiseen antamalla palautetta ja osallistumalla kyselyihin.

Myös erilaisia maksamisen tapoja selvitetään ja testataan S-ryhmässä. Esimerkiksi Helsingin Ässäkeskuksessa sijaitsevassa Coffee House -kahvilassa on pilotoitu vuoden 2012 marraskuusta alkaen myös lähimaksamista. Lähimaksaminen on vielä kovin uusi juttu ja tekee vasta tuloaan Suomeen. Lähimaksamisella tarkoitetaan pieniä, alle 25 euron korttimaksuja, jotka suoritetaan ainoastaan käyttämällä korttia maksupäätteen lähellä. Asetetun euromääräisen ylärajan avulla pyritään minimoimaan kortin väärinkäyttöä varkaus- ja häviämistapauksissa. Kun tunnuslukua ei näppäillä, ei se voi myöskään päätyä sivullisen tietoon.

Ruokalista pistekirjoituksella

Fransmanneissa ja Rossoissa näkövammaiset asiakkaat on huomioitu pistekirjoitusruokalistalla. Fransmanneissa pistekirjoitusruokalista on ollut käytössä jo muutaman vuoden ajan. Idea sai alkunsa Mikkelin Fransmannista, jonka asiakaskuntaan kuuluu näkövammaisia lähellä sijaitsevasta näkövammaisten erityiskoulusta. Tarpeena oli löytää ratkaisu, miten näkövammaisille voidaan tarjota samanlaiset palvelut kuin muillekin asiakkaille. Ensi vaiheessa yhteistyötä tehtiin paikallisen näkövammayhdistyksen kanssa ja lopputuloksena syntyi ruokalistoista valtakunnallinen pistekirjoitusversio, joka on käytössä kaikissa Fransmanneissa.



Suomen ensimmäinen täyssähköautojen pikalatauspiste

Suomen ensimmäinen julkinen kaupallinen pikalatauspiste täyssähköautoille avattiin ABC Nihtisiltaan syksyllä 2012. Tavoitteena on avata noin 20 sähköauton pikalatauspisteen verkosto ABC-asemille ympäri Etelä-Suomea vuosien 2012–2013 aikana. Vaikka kotona ja työpaikoilla tapahtuva hidas lataus ovat sähköauton käyttäjälle todennäköisesti käytetyin latausmuoto, julkinen, helposti saavutettava pikalatausverkosto pidentää auton toimintasädetä ja varmistaa keskeytyksettömän matkanteon. Tarjoamalla julkista latausmahdollisuutta sähköauton käyttäjille tuetaan päästöttömämmän liikenteen kehitystä ja madalletaan sähköauton käyttöönottokynnystä.

Kattavat ja laajat pankkipalvelut kautta maan

Käteiselle on edelleen tarvetta, vaikka sen käyttö onkin vähentynyt huomattavasti korttimaksamisen aikakaudella. Käteisen nostaminen on vaikeaa varsinkin pienillä paikkakunnilla pankkiautomaattiverkoston harventuessa. S-Pankin asiakkaat voivat nostaa ja tallettaa S-Etukortilla käteistä rahaa noin 1 000 S-ryhmän toimipaikan kassalla, maksutta ja ilman ostopakkoa.

S-Pankki avasi syksyllä 2012 uuden mobiilipalvelun, jonka avulla lähimmän S-ryhmän toimipisteen paikantaminen käy kätevästi.

S-Pankki palvelee noin 130 täyden palvelun asiakaspalvelupisteessä (Prismat, useimmat Sokokset ja valikoidut S-marketit). Lisäksi pankkipalveluiden hoitaminen onnistuu lähes 600 asiointipisteessä lomakkeen avulla.

S-Pankin palvelut ovat siis asiakasomistajien käytössä yhteensä yli 700 S-ryhmän toimipaikassa. Kaikki peruspankkipalvelut ovat ilmaisia osuuskauppojen asiakasomistajille.

Kattavan verkostonsa avulla S-Pankki turvaa peruspankkipalveluiden saatavuuden myös pienemmillä paikkakunnilla. Monella paikkakunnalla S-Pankki onkin seudun ainoa pankkipalveluita tarjoava piste.

S-Pankki otti helmikuussa 2012 käyttöönsä e-laskupalvelun, joka mahdollistaa paperittoman laskunmaksun verkkopankissa. E-laskun sisältö vastaa paperilaskun sisältöä ja siitä muodostuu valmis maksuehdotus, joka on hyväksymistä vaille maksettu. Myös asiakkaiden paljon toivoma verkkopalkkapalvelu tuotiin vuonna 2012 S-Pankin verkkopankkiin. Palvelun kautta voi saada palkkalaskelmansa sähköisenä suoraan verkkopankkiin.





Markkojen lunastus loppui Suomessa helmikuun lopussa 2012. Ainoastaan S-Pankki ja Suomen Pankki ottivat vastaan markkoja myös kolikkoina. Markkoja oli mahdollista palauttaa S-Pankin asiakaspalvelupisteisiin Prismoissa ja Sokoksissa.

Asiakaspalautejärjestelmä helpottaa asiakkaan kuulemistä

Vuonna 2012 otettiin laajaan käyttöön S-ryhmän uusi asiakaspalautejärjestelmä. Vuoden lopussa uusi asiakaspalautejärjestelmä oli keskitetyn asiakaspalvelun ja S-kanavan lisäksi käytössä Prismassa, S-marketissa, Salessa, Kodin Terrassa, S-Raudassa, lähes kaikissa ravintolaketjuissa, mm. Amarillossa, Fransmannissa, Rossoissa, Sevillassa, Memphisissä, Pressossa ja Coffee Housessa sekä Sokos Hotelleissa ja Karlassa. Vuoden 2013 puolella mukaan on tullut vielä ABC-ketju ja S-Pankki.

Uudella asiakaspalautejärjestelmällä korvattiin sekä aikaisempi asiakaspalvelun käyttämä palautejärjestelmä että ketjujen omia erillisiä palautejärjestelmiä. Uudistuksen tavoitteena oli tehostaa asiakaspalautteiden käsittelyä, jotta asiakas saa vastauksen mahdollisimman nopeasti. Lisäksi yhteisellä palautejärjestelmällä on tavoitteena edistää asiakkaan äänen kuulumista liiketoiminnan kehittämisessä tuomalla palautteet paremmin liiketoiminnan hyödynnettäväksi.

S-kanava ja Yhteishyvä.fi uudistuivat

Vuoden 2012 lokakuussa uudistuneen Yhteishyvä.fi:n yhtenä lippulaivana on reseptihaku, jonka avulla Yhteishyvä Ruoka-liitteen kattava reseptitietokanta tulee entistä paremmin esille. Toimivan reseptihaun lisäksi kiinnostavan sisällön tarjoaminen ja käyttäjäkokemuksen parantaminen ovat uuden Yhteishyvä.fi:n tavoitteita.

Artikkelit on jaettu eri juttutyyppeihin sen mukaan, mitä niiden sisältö kuluttajille tarjoaa: arjen apuna -artikkelit, ostajan oppaat, tuote-esittelyt ja -testit sekä tee itse -artikkelit. Lähtökohtaisesti artikkeleiden lopussa on aina tuotteiden saatavuustiedot, ja tuotteesta riippuen myös suora ohjaus verkkokauppoihin. Uusi Yhteishyvä.fi kerää viikoittain noin 90 000 eri kävijää.

Alkuvuonna 2012 uudistettiin myös S-kanavan palvelu Oma S-kanava.

Nyt Omalla S-kanavalla asiakkaille voidaan kohdentaa erilaisia viestejä asiakkaan tietojen esimerkiksi osuuskaupan jäsenyyden tai asuinalueen mukaisesti. Sisältöä kohdentamalla asiakasta voidaan palvella paremmin. Asiakasomistajapostin voi tilata myös sähköisenä. Tällöin sähköisen asiakasomistajapostin valinneille tulee kerran kuukaudessa sähköpostiin tieto uusimman Yhteishyvän ja kuukauden asiakasomistajaetujen ilmesty-



YHTEISHYVÄ.FI



S-KANAVA.FI



Käytännön vinkkejä kauppareissulle löydät Vastuullisen kuluttajan osto-oppaasta.

misestä. Lähetetystä viestistä voi siirtyä Omalle S-kanavalle lukemaan sähköistä asiakasomistajapostia. S-kanavan kehitystyön tuloksena täysin uudistunut S-kanava julkaistiin vuoden 2013 alussa.

Ajankohtaista tietoa infonäyttöiltä

Toimipaikoissa markkinointiin ja viestintään käytettyjen infonäyttöjen määrä jatkoi vuoden aikana kasvuaan. Infonäytöt ovat ”sähköisiä julisteita”, jotka mahdollistavat entistä ajantasaisemman viestinnän korvaamalla muun muassa kertakäyttöisiä kampanjajulisteita ja tiedotteita sähköisesti päivitettävillä materiaaleilla. Infonäyttöjä on käytössä jo lähes kaikkien osuuskauppojen alueilla ja niitä käytetään toimipaikoissa sekä asiakkaille että henkilökunnalle viestimiseen.

Vastuullisen kuluttajan osto-opas avuksi ostoksille

Vuoden 2012 alussa julkaistu Vastuullisen kuluttajan osto-opas tarjoaa käytännön vinkkejä ja ajattelemisen arvoisia näkökulmia eri tuoteryhmiin liittyen. Oppaassa annetaan myös vinkkejä tähderuoan hyödyntämiseen ja kerrotaan S-ryhmän vastuullisuuslinjauksista. Koulutoimen työntekijät voivat tilata opasta maksutta SubjectAid-palvelun kautta. Opasta tilattiin vuonna 2012 yli 11 000 kappaletta ja se oli yksi tilatuimmista SubjectAidin materiaaleista viime vuonna.





Avainasemassa tavoitteellinen energiansäästö

Panostamalla oman toiminnan energiatehokkuuteen, uusiutuviin energiamuotoihin ja tukemalla asiakasomistajia energiansäästöissä S-ryhmä haluaa vaikuttaa osaltaan globaaleihin vastuullisuuden megatrendeihin, kuten ilmastonmuutokseen.

S-ryhmässä tehdään jatkuvaa työtä energian säästämiseksi ja energian käytön tehostamiseksi. Tärkeintä on kehittää kulutusseurantaa ja asettaa konkreettisia tavoitteita. S-ryhmä on mukana kaupan alan, majoitus- ja ravitsemiskaupan ja liikenne- ja lämmityspolttonesteitä koskevissa energiatehokkuussopimuksissa ja on sitoutunut alan yhteisiin energiansäästötavoitteisiin, jotka ovat yhdeksän prosenttia vuoteen 2016 mennessä vuoden 2005 tasoon verrattuna.

S-ryhmässä määriteltiin vuonna 2012 keskeisimmät energiatehokkuuden kehittämisalueet, joihin kiinnitämme erityistä huomiota.

Asetimme muun muassa tavoitteen, että vuoteen 2015 mennessä S-ryhmän kaikille toimipaikoille määritellään yksilöllinen tavoite-energiankulutus. Kun jatkossa kaikilla toimipaikoillamme on toimipaikkakohtainen energiankulutustavoite, voimme seurata energiankulutusta ja tavoitteiden toteutumista kiinteistökohtaisesti. Toinen keskeinen kehittämisalueemme energiansäästön osalta on kiinteistöjen energiatehokas ja tarkoituksenmukainen valaistus. Tähän pyrimme määrittelemällä valaistuksen tavoitetasot kiinteistökonsepteihin, huolehtimalla asianmukaisista automaatio- ja ohjaus-

KESKEISIMMÄT ENERGIATEHOKKUUDEN KEHITTÄMISALUEET

1

Toimipaikkakohtainen
tavoite-energiankulutus
määritelty

2

Energiatehokas ja
tarkoituksenmukainen
valaistus



tavoista, hyödyntämällä uutta tekniikkaa valaistuksessa sekä kiinnittämällä huomiota käyttötottumuksiin.

Tehokkaalla energiankäytöllä ja uusiutuvilla energiamuodoilla voimme osaltamme vaikuttaa myös globaaleihin haasteisiin, kuten ilmastonmuutokseen. Myös sidosryhmämme odottavat meiltä järkevää energiankäyttöä ja panostusta uusiutuviin energiamuotoihin.

Kulutusseuranta kertoo, missä mennään

Energiankäyttö on S-ryhmässä tehostunut jatkuvasti. Vuonna 2012 S-ryhmän toimipaikkojen sähkön ja lämmön mitattu kokonaiskulutus oli yhteensä 1 619 gigawattituntia (2011: 1 674 GWh). Suhteellinen energiankulutus vuonna 2012 oli 361 kilowattituntia bruttoneliötä kohden (2011: 372 kWh/brm²), joten tehostamista tapahtui vuoden aikana 3,9 prosenttia. Vuoden 2010 tasoon verrattuna (2010: 441 kWh/brm²), tehostamista on tapahtunut 18,7 prosenttia. Vuoden 2010 tasoon verrattuna osa energiankäytön tehostumisesta on kuitenkin laskennallista, sillä vuosina 2010–2011 kulutustiedoissa ja bruttoneliöissä oli mukana laskennallista tietoa.

S-ryhmässä kulutettiin sähköä vuonna 2012 yhteensä noin 1 157 gigawattituntia (2011: 1 203 GWh), mikä vastaa noin 60 000 sähkölämmitteisen omakotitalon vuotuista kulutusta. Lämpöenergian kulutus (kaukolämpö, maalämpö, öljy ja maakaasu) oli noin 462 gigawattituntia (2011: 471 GWh) ja vedenkulutus noin 1,76 miljoonaa kuutiota (2011: noin 2,04 miljoonaa m³). Absoluuttinen vedenkulutus väheni 13,6 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. S-ryhmässä merkittävin vedenkulutus syntyy ABC-liikennemyymälöissä ja hotelleissa.

S-ryhmän kiinteistöjen pinta-ala-, energia- ja vedenkulutustiedot kerättiin ensimmäistä kertaa uuden raportointijärjestelmän avulla. Tiedot kattavat SOK-yhtymän ja alueosuuskauppojen toimipaikat Suomessa. Vuoden 2012 raportoidut luvut perustuvat kiinteistökohtaisesti mitattuihin ja raportoituihin tietoihin ja kattavat kiinteistöjen pinta-alatietojen ja energiankulutuksen osalta 78 prosenttia ja vedenkulutustietojen osalta 55 prosenttia S-ryhmän Suomen toimipaikoista. Puuttuvia kulutustietoja ei ole huomioitu laskennallisesti. Raportoimattomat tiedot on jätetty huomioimatta, jotta vertailtavuus eri vuosien raportoitujen tietojen osalta paranee jatkossa. Kattavimmat tiedot bruttoneliöistä, energian- ja vedenkulutuksesta ovat Prisma, S-market, Sale, Alepa, ABC-Deli, ABC-liikennemyymälä sekä Sokos Hotelli ja Radisson Blu -ketjuista.



-13,6%

KULUTETTUA VETTÄ

ABSOLUUTTINEN VEDEN KULUTUS VÄHENI S-RYHMÄSSÄ 13,6 % VUOTEEN 2011 VERRATTUNA.

3,9%



ENERGIAN TEHOSTUMISTA

S-RYHMÄSSÄ ENERGIAN KULUTUS TEHOSTUI SUHTEELLISESTI 3,9 % VUODESTA 2011 VUOTEEN 2012.



Toimenpiteet energiankäytön tehostamiseksi

S-ryhmässä energiaa kuluu karkeasti jakaen neljään isoon asiaan: kylmätekniikkaan, valaistukseen, ilmanvaihtoon ja lämmitykseen. Energiatehokkuus huomioidaan sekä osana jokapäiväistä työtä että toimipaikkoja uusittaessa. Esimerkiksi kylmälaitteiden energiankäyttöä on tehostettu merkittävästi. Kylmälaitteiden korvaamista ovellisilla ja kannellisilla kylmäkaapeilla ja -altailla on jatkettu suunnitelmien mukaisesti aina laitteiden uusimisen yhteydessä.

Jatkossa huomiota kiinnitetään entistä enemmän valaistukseen. Vuonna 2012 valaistusratkaisujen kehittämisessä on huomioitu kylmäkalusteiden hyllyvalojen korvaaminen kohdevalaisimilla, LED-valaistuksen lisääminen ulko- ja mainosvaloissa sekä myymälöiden yleisvalaistuksen vähentäminen niillä alueilla, joissa valaistus on osakalusteita.

Yksi merkittävä uusi energiansäästökeino on kiinteistöjen energiankäytön etähallinta. Sen piirissä on tällä hetkellä SOK:n ja 10 alueosuuskaupan noin 200 kiinteistöä. Etähallinnassa kiinteistöjen taloteknistä toimivuutta seurataan keskitetysti. Tämän lisäksi kohteisiin tehdään säännöllisesti niin kutsuttuja kenttäkäyntejä, joissa selviä-

vät myös mahdolliset kiinteistöjen viat ja puutteet. Toimintamalli on tuottanut tulosta: parhaimmissa tapauksissa energiankulutus on pystytty pienentämään ja etävalvonta-kohteiden energiakustannukset ovat olleet laskennallisesti noin miljoona euroa pienemmät vuonna 2012 kuin vuonna 2011. Edellä mainitun lisäksi viime vuonna tehtiin erillisiä energiankäytön tehostamiseen liittyviä katselmuksia 67 toimipaikassa.

Vuonna 2012 käynnistettiin myös selvitys ABC-liikennemyymälöiden energiankäytön optimoinnista. Selvityksessä keittiöiden toimintatapoihin, laitevalintoihin ja laitteiden käytön oikea-aikaisuuteen löydettiin uusia toimintamalleja, joiden avulla voidaan tehostaa energiankäyttöä.

Jo 45 S-ryhmän toimipaikassa on siirrytty käyttämään kylmälaitteissa uutta energia- tehokasta ja kasvihuonekaasupäästöjä vähentävää kylmätekniikkaa, jossa kylmäaineena käytetään hiilidioksidia. Uusi tekniikka on huomattavasti vähempipäästöistä kuin tällä hetkellä yleisesti käytössä oleva kylmäaine R404a.



Suomen ensimmäinen liikerakennuksen BREEAM-sertifikaatti Prisma Lielahdelle

BREEAM-sertifikaatti on osoitus, että kohteen suunnittelussa ja rakentamisessa on laajasti huomioitu ympäristönäkökohdat. Prisma Lielähti on rakennettu pääosin kotimaista osaamista ja ekologisia ratkaisuja hyödyntäen. Kaukolämmön lisäksi kohteessa hyödynnetään maalämpöä ja kylmälaitteiden lauhdelämpö otetaan talteen. Kyseisen Prisman laitteet, kuten hissit, liukuportaat, LED-valaisimet ja kylmäkalusteet ovat vähän energiaa kuluttavia.

Myös kaupan saavutettavuudessa ja käytettävyydessä on huomioitu ekologiset näkökohdat. Esimerkiksi parkkihallista löytyy sähköautojen latauspiste, polkupyörille on parkki katoksen alla ja asiakaspalvelufossa on näkyvillä lähibussien aikataulut. Lisäksi Prismaan pääsee myös palvelubussilla. Verrattuna samankokoiseen vanhempaan hypermarkettiin Lielahden Prismen energiansäästö on yli 2 000 megawattituntia vuodessa.

Energian hankinta ja alkuperä keskeisessä roolissa

S-ryhmä on kokonaisuutena suuri sähkökäyttäjä, sillä käytämme lähes 1 700 toimipaikassamme yli prosentin kaikesta Suomessa kulutetusta sähköstä. Tämä tarkoittaa, että olemme Suomen 10 suurimman sähkökäyttäjän joukossa.

S-ryhmän sähkön hankinnasta vastaa keväällä 2010 perustettu S-Voima Oy.

S-ryhmän sähkön hankinta perustuu Kimppasähköön eli S-ryhmätasoiseen sähköenergian yhteishankintaan sähkömarkkinoilta ja TuuliWatti Oy:n kautta hankittavaan tuulivoimaan. Vuonna 2012 S-ryhmä teki päätöksen luopua osakkuudestaan Fennovoiman ydinvoimahankkeesta.

S-ryhmän vuoden 2012 mitatusta sähkönkulutuksesta 79,9 prosenttia oli S-Voima Oy:n hankimaa Kimppasähköä ja 20,1 prosenttia alueosuuskauppojen omaa sähkönhankintaa valtakunnallisilta ja alueellisilta sähkölaitoksilta.





Tuulesta temmattua energiaa

S-ryhmä on investoinut merkittävästi tuulivoimahankkeisiin. Tavoitteena on, että vuonna 2016 noin puolet S-ryhmän sähkönkulutuksesta tuotetaan tuulivoimalla. Vuonna 2013 tuulivoimalla kateetaan 10 prosenttia kulutuksestamme ja vuoden 2014 lopussa määrä on jo 25 prosenttia. Tavoitetta nostettiin vuonna 2012. Aiempi tavoite oli, että vuonna 2016 tuulivoiman osuus olisi neljännes kuluttamastamme sähköstä.

Tuulivoimahankkeen edistämiseksi perustettiin vuonna 2009 Tuuliwatti Oy. Se on teollisen tuulivoiman osakkuus-yritys, jonka energiyhtiö St1 Oy ja S-ryhmän S-Voima Oy omistavat tasaosuuksin. Yhtiö kehittää ja rakentaa tuulipuistoja tähdäten lähivuosina merkittävän tuulivoimankapasiteetin rakentamiseen eri puolille Suomea.

TuuliWatti Oy:llä on tällä hetkellä 25 toiminnassa olevaa tuulivoimalaa: yksi tuulivoimala Porissa, kuuden tuulivoimalan tuulipuisto Simossa, kahdeksan tuulivoimalan tuulipuisto lissä sekä 10 tuulivoimalan tuulipuisto Tervolassa.

Vuonna 2012 rakennettiin yhteensä 18 uutta tuulivoimalaa, mikä vastaa 80 prosenttia koko Suomen kyseisen vuoden uudesta tuulivoimakapasiteetista. Lisäksi rakenteilla on jo 26 uutta tuulivoimalaa, jotka valmistuvat vuosien 2013–2014 aikana. Toteutuessaan tuotantomäärä vastaa noin 10 prosenttia Suomen hallituksen ilmasto- ja energiastrategiassaan linjaamasta tuulisähkö-tavoitteesta vuodelle 2020 ja noin 270 000 kerrostaloasunnon tarvitsemää käyttösähköä.

Tuulivoimaan panostaminen ei vähennä S-ryhmässä tehtävien energiansäästötoimenpiteiden painoarvoa. Mahdollisimman energiatehokas toiminta on kaikkien S-ryhmän ketjujen yhteine tavoite. Omalla tuulivoimalla ja energiansäästöpanostuksilla voidaan merkittävästi alentaa sähkön hankintakustannuksia.

TuuliWatti Oy ottaa tuulipuistojen kehittämisen ja rakentamisen huomioon myös paikalliset asukkaat. Jotta tuulipuistot häiritsevät mahdollisimman

50%

S-RYHMÄN SÄHKÖNKULUTUKSESTA TUOTETAAN TUULIVOIMALLA

TAVOITTEENA ON TUOTTA NAIN PUOLET S-RYHMÄN SÄHKÖNKULUTUKSESTA TUULIVOIMALLA VUONNA 2016.

18

UUTTA TUULIVOIMALAA

VUONNA 2012 RAKENNETTujen TUULIVOIMALOIDEN MÄÄRÄ





vähän, ne pystytetään pääasiassa maa-alueille jo valmiiksi rakennetun infrastruktuurin, kuten valtateiden ja rautateiden yhteyteen. Voimaloissa hyödynnetään viimeisintä turbiiniteknologiaa, jolloin tehokkaan tuulisähkön tuottaminen onnistuu myös sisämaassa.

Tuulivoiman hyödyt ovat merkittävät koko kansantaloudelle. Energiamuotona se on nopeasti käytönotettava ja polttoaine on ilmaista. Tuulivoiman

lisääminen parantaa energiaomavaraisuutta ja näin ollen pienentää energian tuontilaskua. Tuulivoima lisää kilpailua sähköntuotannossa ja alentaa näin sähkön hintaa. Tuulivoiman rakentaminen puolestaan lisää työllisyyttä ja kiinteistöverotuloja. Ennen kaikkea uusiutuvaan, ympäristöystävälliseen ja päästöttömään tuulienergiaan panostaminen on investoimista tulevaisuuteen.

S-ryhmän toiminnasta aiheutuvat kasvihuonekaasupäästöt

S-ryhmän toiminnasta aiheutuvat kasvihuonekaasupäästöt sisältävät mitatun energiankulutuksen ja siitä aiheutuvan sähkön- ja lämmöntuotannon hiilidioksidipäästöt sekä kotimaan- ja tuontikuljetuksista ja työmatkoihin liittyvästä lentomatkustamisesta aiheutuvat kasvihuonekaasupäästöt.

S-ryhmän sähkön ja lämmöntuotannon hiilidioksidipäästöt vuonna 2012 olivat reilut 414 000 tonnia. Vuonna 2011 raportoidut sähkön ja lämmön hiilidioksidipäästöt olivat 345 000 tonnia. Kasvu edellisvuoteen johtuu muutoksista eri energiamuotojen päästökertoimissa, eikä kulutuksen kasvusta, sillä sekä sähkön- että lämmönkulutus pieneni edellisvuoteen verrattuna.

Kimppasähkön osalta raportointivuoden päästöt lasketaan aina edellisen vuoden ominaispäästökerrointa käyttäen. Tämä johtuu siitä, että raportointivuoden päästökertoimet valmistuvat vasta S-ryhmän vastuullisuuskatsauksen ilmestymisen jälkeen. Päästökertoimet vaihtelevat vuosittain ja vuosien välinen vertailu on vaikeaa. Esimerkiksi S-ryhmän vuoden 2011 vertailukelpoiset päästöt ovat 413 000 tonnia, mikä tarkoittaa sitä, että vuoden 2012 päästöt ovat samalla tasolla edellisen vuoden kanssa. Myöskään suuret investoinnit tuulivoimaan eivät vielä näy vuoden 2012 päästöissä.

Muun sähköntuotannon ja kaukolämmön tuotannon ominaispäästökertoimet päivitettiin Motivan hiilidioksidipäästöjen laskentaohjeen (12/2012) mukaisesti.



Kuljetusten päästöt

Logistiikan merkittävimmät ympäristövaikutukset muodostuvat kuljetusten energiankulutuksesta ja päästöistä ilmakehään. S-ryhmän päivittäis- ja käyttötarviden logistiikkayhtiö Inex Partners Oy sekä hotellien ja ravintoloiden hankinta- ja logistiikkayhtiö Meira Nova Oy edellyttävät kuljetusyrityksiltä sitoutumista toimintansa jatkuvaan parantamiseen ympäristövaikutusten pienentämiseksi.

Inex Partners seuraa vuosittain, miten kuljetusliikkeet vähentävät toimintansa ympäristövaikutuksia. Seurantakäynneillä kartoitetaan muun muassa kuljettajille järjestetyt taloudellisen ajotavan koulutukset, kuormien täyttöasteet, reittien optimointi, polttoaineen kulutus sekä kuljetuskaluston taso – esimerkiksi moottorien euroluokitus. Vuonna 2012 Inex Partners auditoi kaksi kuljetusliikettä (2011: 3 kpl).

Kuljetusten päästöjä seurataan vuosittain kuljetusliikkeille tehtävällä kyselyllä, jossa kysytään muun muassa ajetut kilometrit, polttoaineen kulutus ja ajoneuvoluokitus. Päästöt on laskettu kuljetettujen tonnien ja polttoaineen kulutustietojen perusteella käyttäen VTT:n Lipasto-mallin päästökertoimia. Vuoden 2012 luvut kattavat kotimaan kuljetusten osalta 70 prosenttia

(2011: 90 %) ja ulkomaan kuljetusten osalta 65 prosenttia (2011: 70 %) käytetyistä kuljetusliikkeistä. Vuoteen 2011 verrattuna tietojen kattavuus on laskenut.

Vuonna 2012 Inex Partnersin kotimaan kuljetusten absoluuttiset kasvihuonekaasupäästöt olivat yhteensä 40 490 tonnia (2011: 34 267 t). Kuljetettua tonnia kohti kotimaankuljetusten kasvihuonekaasupäästöt olivat 16,6 kiloa (2011: 13,8 kg). Kotimaan kuljetusten päästöjen kasvu johtuu osittain siitä, että kyselyn kattavuus on pudonnut edellisvuodesta, joten mukana on aiempaa enemmän arvioitua osuutta.

Vuonna 2012 ulkomaisten kuljetusten absoluuttiset kasvihuonekaasupäästöt olivat yhteensä 15 518 tonnia (2011: 10 557 t). Kuljetettua tonnia kohti ulkomaankuljetusten kasvihuonekaasupäästöt olivat 82,6 kiloa (2011: 57,8 kg). Ulkomaan päästöjen suhteellisessa kehityksessä on suurta heilahtelua, koska lähtötietojen luotettavuus vaihtelee. Tästä johtuen vuosien välinen vertailu on vaikeaa.

Meira Novan kotimaan kuljetusten kasvihuonekaasupäästöt vuonna 2012 olivat yhteensä 4 996 tonnia (2011: 4 939 t). Kuljetettua tonnia kohti kotimaankuljetusten kasvihuonekaasupäästöt olivat 27,5 kiloa (2011: 27,3 kg).





Huomio työmatkustamisen ympäristövaikutuksiin

S-ryhmän matkustuspolitiikassa huomioidaan ympäristönäkökulmat. Puhelin- ja työasemaneevotteluja sekä videokokouksia hyödynnetään aina, kun se on tapaamisen tavoitteen saavuttamisen kannalta järkevää ja mahdollista. Yhteistyökumppanimme tarjoamassa matkojen online-varauspalvelussa on nähtävillä eri lentojen hiilidioksidipäästöt ja näin matkan varaaja pystyy huomioimaan myös lennon ympäristövaikutukset valitessa tehdessään. S-ryhmän henkilökunnan työmatkoihin liittyvän lentomatkustamisen hiilidioksidipäästöt vuonna 2012 olivat 1 860 tonnia.

SOK-yhtymän työsuhteautojen hankintaohjeessa on määritelty maksimipäästörajaksi 160 g CO₂/km. Vähäpäästöisten FlexFuel-autojen hankintaa suositellaan ja niille ei ole asetettu päästörajaa. Polttoainesuosituksena on E85 aina, kun se on mahdollista. Vuonna 2012 SOK-yhtymän autokannan toteutunut päästökeskiarvo oli 140 CO₂/km eli selvästi asetettua maksimiarvoa pienempi.

Toimenpiteet päästöjen vähentämiseksi

Tuulivoimaan panostamisen lisäksi mahdollisuuksia uusiutuvien energiamuotojen käyttöön kartoitetaan muun muassa kaikissa S-ryhmän uusissa rakennushankkeissa. Inex Partnersin Sipoon Bastukärriin keväällä 2012 valmistunut käyttötavaroiden logistiikkakeskus käyttää maalämpöä ja bioenergiaa tarvitsemaansa lämmitykseen ja jäähdytykseen. Noin puolet sen vuoden lämmöntarpeesta katetaan maalämmöllä ja puolet pelleteillä.

Lähes täysin uusiutuvalla energialla lämpenevän logistiikkakeskuksen ilmastovaikutus on vain viidestoistaosa kaukolämmön käyttöön verrattuna. Logistiikkakeskus on saanut Promise-ympäristöluokitustyökalulla arvosanan B. Käytetyssä arviointiasteikossa (A–E) paras arvosana on A, jonka saaminen vaatii kiinteistön ympäristöominaisuuksilta erittäin korkeaa laatutasoa. E-luokka vastaa normaalia nykytasoa. Käytännössä logistiikkakeskuksien tyyppisille kohteille korkeamman arvosanan kuin B:n saaminen on lähes mahdotonta.

Vuonna 2012 käynnistettiin myös pilottihanke, jossa testataan käytännössä aurinkoenergian tuotannon soveltuvuutta ABC-liikennemyymälän energiantuotantoon. Testausta jatketaan vuonna 2013, ja kokemusten perusteella tehdään tarkemmat suunnitelmat aurinkoenergian hyödyntämistä ABC-liikennemyymäläketjussa.



Ruoan ympäristövaikutukset puntarissa

Ruoan ilmastovaikutus on neljännes keskimääräisen kotitalouden hiilijalanjäljestä. Elintarviketeollisuuden ja kaupan alan yritykset sekä Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskus (MTT) kehittivät yhdessä Foodprint Tools -hankkeessa tiedonkeruu- ja laskentamenetelmiä, joiden avulla elintarvikkeiden ympäristövaikutuksia voidaan tulevaisuudessa laskea yhä kattavammin ja tarkemmin. Hankkeessa julkaistiin myös kansallinen laskentasuositus hiilijalanjäljen vertailukelpoiseen laskemiseen ja merkitsemiseen.

S-ryhmä oli mukana työssä omalla tutkimushankkeellaan, jossa selvitettiin Rainbow kylmäpuristetun rypsiöljyn ja pakasteena myytävän Rainbow perunasipulisekoituksen ympäristövaikutuksia. S-ryhmän omassa kolmivuotisessa hankkeessa selvitettiin näiden tuotteiden tuotantoketjut ja kerättiin koko ketjusta tietoja laskennan pohjaksi. Lopuksi tuotteiden ilmastovaikutukset laskettiin julkisessa hankkeessa kehitettyjen mallien mukaisesti.



S-ryhmän tarkoituksena ei ole käyttää julkaistua laskentasuositusta hiilijalanjälkimerkintöjen tekemiseen, vaan hyödyntää sitä paikantaakseen niitä kohtia tuotantoketjussa, joissa ympäristövaikutuksiin voidaan parhaiten vaikuttaa. Jatkossa laskentasuosituksen rinnalle tarvitaan myös muita työkaluja, jotta elintarviketun ilmastovaikutuksia voidaan aidosti vähentää. Tavoitteena onkin hyödyntää hankkeessa opittua tarvittavien työkalujen kehittämisessä.

SOK oli myös mukana MTT:n Climate Communication II -hankkeessa, joka päättyi vuoden 2012 syksyllä. Hankkeen tavoitteena oli tukea elintarvikkeiden vertailukelpoisten hiilijalanjälkitietojen tuottamista ja niistä viestimistä.



Tavoitteena vähemmän ja tehokkaasti hyötykäytettyä jätettä

Jätteen määrän vähentäminen ja tehokas hyötykäyttö ovat avainasemassa S-ryhmän ympäristökuormituksen minimoimisessa. Olemme muun muassa asettaneet tavoitteeksemme, ettei kaatopaikalle päädy lainkaan jätettä.

S-ryhmä tekee järjestelmällistä työtä syntyvän jätteen määrän vähentämiseksi. Jätteen määrän vähentämiseen haetaan koko ajan uusia ideoita ja mukaan halutaan laajasti eri sidosryhmiä. Tavoitteenamme on myös auttaa asiakkaitamme vähentämään omaa syntyvää jätettään.

Vuonna 2012 S-ryhmässä määriteltiin keskeisimmät materiaalitehokkuuden kehittämisalueet, joiden kehitykseen kiinnitämme erityistä huomiota. Tavoitteena on vähentää ylipäättensä syntyvän jätteen määrää. Tähän päästään muun muassa ketjukohtaisilla

ohjeistuksilla jätteen määrän vähentämiseksi ja kattavalla toimipaikkakohtaisella jätetietojen seurannalla. Toinen keskeinen tavoite on ohjata syntyvä jäte tehokkaasti hyötykäyttöön. Ensisijaisesti jäte ohjataan materiaalihyötykäyttöön ja mikäli se ei ole järkevää, hyödynnetään jäte energiana. Näin jätettä päätyy mahdollisimman vähän kaatopaikalle. Tavoitteena onkin, että vuoteen 2016 mennessä kaatopaikkajätteen määrä on 0 kiloa. Ympäristövaikutusten lisäksi jokainen syntymättä jäänyt ja jokainen kaatopaikalle päätyvätön jätetilo näkyy myös jätelaskussa säästetyn jäteveron muodossa.

85%

KIERRÄTYKSEEN JA HYÖTYKÄYTTÖÖN

85 % S-RYHMÄN JÄTTEISTÄ OHJATTIIN KIERRÄTYKSEEN JA HYÖTYKÄYTTÖÖN VUONNA 2012.

KESKEISIMMÄT MATERIAALITEHOKKUUDEN KEHITTÄMISALUEET

1

Jätteen määrän vähentäminen

2

Tehokas jätteen hyötykäyttö ja kaatopaikkajätteen määrä nolla kiloa



Vuonna 2012 S-ryhmä tuotti Suomessa 111 000 tonnia jätettä eli syntynyt abso-luuttinen jätemäärä lisääntyi 3,9 prosenttia edellisvuodesta. Vähittäismyyntiin suh-teutettu jätteen määrä kuitenkin pieneni prosentin, eli resurssitehokkuus on edelleen parantunut. S-ryhmän jätteistä ohjattiin vuonna 2012 kierrätykseen ja hyötykäyttöön 85 prosenttia (2011: 82 %). Kaatopaikalle päätyvän jätteen määrä väheni seitsemän prosenttia vuodesta 2011 vuoteen 2012. Luvut kattavat S-ryhmän Suomen toiminnot ja ne on koostettu pääosin toimipaikoittain raportoiduista luvuista. Raportoinnin katta-vuus on parantunut edellisvuoteen verrattu-na. Kattavimmat ja tarkimmat toimipaikka-kohtaiset tiedot ovat Prisma, S-Market, Alepa, Sale, Sokos Hotel, Radisson Blu Hotel, Sokos, ABC-Liikennemyymälä ja ABC-Deli -ketjuista.

Toimenpiteitä hävikin minimoimiseksi

Tuote voi jäädä myymättä ja päätyä jät-teeksi monesta syystä. Se voi vanhentua, rikkoontua tai sen laatu ei enää vastaa toivottua. S-ryhmässä on määritelty toi-menpiteet jokaisen tekijän minimoimiseksi. Hyvä tilaus-toimitusketjun hallinta takaa tuotteiden kiertonopeuden niin, että hävikin määrä on mahdollisimman vähäinen. Hel-posti rikkoontuvien tuotteiden pakkauksia on kehitetty yhteistyössä tavarantoimittajien kanssa niin, että tuote kestää logistisen ketjun eikä näin päädy jätteeksi ennen aikojaan. Hedelmien ja vihannesten laatua arvioidaan johdonmukaisesti. Varastojen kiertonopeutta ja lämpötilan hallintaa ke-hitetään jatkuvasti, jotta tuotteet säilyisivät tuoreina ja hyväkuntoisina mahdollisimman pitkään.



S-RYHMÄN KAATOPAIKALLE
PÄÄTYVÄN JÄTTEEN MÄÄRÄ
VÄHENI 7 % VUODESTA 2011
VUOTEEN 2012.



Inex Partners Oy:n logistiikkakeskuksissa jätteen määrän vähentäminen on arkipäivää. Kakkoslaatuja hedelmä- ja vihanneustuotteita myydään Eviran hyväksymille torikauppiaille ja muille vastaaville toimijoille edullisempaan hintaan. Henkilökunnan myymälässä myydään elintarvikekelpoisia, mutta kauppaan kelpaamattomia tuotteita ja myyntiä on pyritty edistämään muun muassa aukioloaikoja parantamalla ja tiedottamista lisäämällä. Säännöllisillä Kilon logistiikkakeskuksessa tehtävillä pakkausauditoinneilla ja "top 15 rikkoontuneet"-listojen avulla etsitään kehittämiskohteita pakkausten logistisen kestävyuden parantamiseksi yhdessä tavarantoimittajien kanssa. Tavarantoimittajia myös kutsutaan tutustumaan varastoon, jotta he näkevät, millaisen logistisen prosessin läpi pakkauksen tulisi kestää ehjänä. Lisäksi logistiikkatyöntekijöille järjestetään koulutusta Inex Partnersin jätehuoltoon liittyvistä asioista ja kaikkien osapuolien vastuista.

Meira Novan logistiikkakeskuksessa Tuusulassa jätteen määrää on vähennetty muun muassa vastaanoton päiväystarkastusta tehostamalla, puhekeräyksen käyttöön otolla, ohuemman kiristekalvon käytöllä sekä keräysjärjestyksen optimoinnilla siten, että painavimmat tuotteet sijoitetaan aina alimmaksi.

Ruokakaupoissa parasta ennen -päiväystään lähestyvät tuotteet myydään alennuksella, jotta elintarvikejätteen määrä olisi

mahdollisimman pieni. S-ryhmän päivittäistavarakaupan ruokahävikki oli noin 33 miljoonaa kiloa vuonna 2012. Myyntivolyymiin suhteutettu eli painoperusteinen hävikki oli 1,96 prosenttia. S-ryhmän päivittäistavarakaupan vähittäismyyntiin suhteutettu poisheittöhävikki on pienentynyt 5,3 prosenttia edellisvuodesta.

Osassa alueosuuskauppoja on jo pidemmän tehty yhteistyötä hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa erityisesti leivän, säilykkeiden ja muiden hyvin säilyvien elintarvikkeiden lahjoittamisessa. Elintarviketurvallisuusvirasto Eviran uusi ohje selkiyttää elintarvikkeiden lahjoittamisen toimintatapoja ja vastuukysymyksiä ja tekee myös viimeisellä käyttöpäivällä merkittyjen tuotteiden eteenpäin lahjoittamisesta helpompaa. Jatkossa ruokalahjoitusten antaminen hyväntekeväisyyteen saattaakin yleistyä osuuskaupoissa. Ruoan lahjoittaminen hyväntekeväisyyteen on kuitenkin aina osuuskauppakohtainen asia.

Tehokasta hyötykäyttöä

Silloin kun jätettä syntyy, on tärkeää saada jäte hyötykäyttöön. Tämä vaatii lajittelun mahdollistavia jätetiloihin, -astioita ja muita laitteita sekä ennen kaikkea osaavaa henkilökuntaa. Mahdollisuudet eri jätelajien hyötykäyttöön ohjaamiseen vaihtelee Suomessa alueittain, mutta S-ryhmän toimipaikoissa pyritään lajittelemaan jätelajit ja ohjaamaan ne hyötykäyttöön alueen mahdollisuuksien mukaan. Tästä kertoo

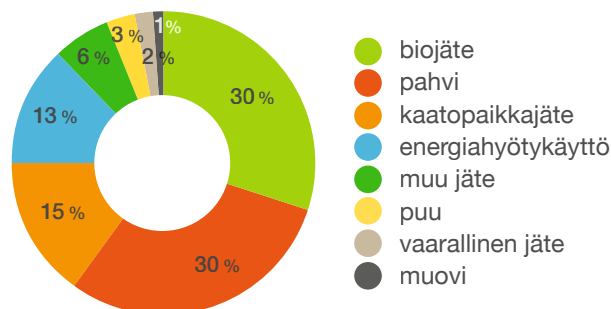


S-ryhmän hyvä 85 prosentin hyötykäyttöaste. Parhaat ketjukohtaiset hyötykäyttöprosentit ovat Alepoissa (100 %), ABC-Deleissä (92 %), Prismoissa (90 %), S-Marketeissa (89 %) ja Radisson Blu Hotelleissa (86 %).

S-ryhmän jätteet jakautuivat oheisen kuvan mukaisesti. Suurimmat jätelajit ovat biojäte ja pahvi. Pahvi ohjataan tehokkaasti materiaali kierrätykseen ja biojäte ohjataan joko kompostointiin, biokaasulaitokselle tai bioetanoli-laitokselle.

Osa osuuskaupoista tekee yhteistyötä paikallisten bio-energian tuotantoon erikoistuneiden yritysten kanssa. Esimerkiksi HOK-Elannon ja Osuuskauppa Hämeenmaan myymättä jääneistä, ravinnoksi kelpaamattomista leipomo-tuotteista merkittävä osa ohjataan bioetanolin tuotantoon. Samaa bioetanolia käytetään raaka-aineena ABC-ketjun myymän bensiinin biokomponentissa. Jätepohjainen bioenergia ei lämmitä ilmastoa, eikä sen tuotanto kilpaile ruoantuotannon kanssa.

S-RYHMÄN JÄTTEET VUONNA 2012



Punainen Risti ja Osuuskauppa Arina ruoka-apuyhteistyöhön

Punaisen Ristin Oulun osasto ja Osuuskauppa Arina pilotoivat Oulussa ruoka-apuyhteistyötä, jossa lähellä viimeistä käyttöpäivää olevia tuotteita luovutetaan vähä-varaisille perheille ja yksinasuville. Pilottikokeilusta on sovittu yhteistyössä viranomaisten kanssa.

Osuuskauppa Arinassa pyritään ensisijaisesti minimoi-maan ruokahävikkiä kehittämällä tilaus-toimitus-ketjua ja myymällä viimeistä käyttöpäivää lähestyvät tuotteet 30 prosentin alennuksella.

Pilottihankkeen ja Eviran ohjeistuksen myötä viimeisellä käyttöpäivällä merkittyjä tuotteita pyritään jatkossakin lahjoittamaan hyväntekeväisyysjärjestöjen kautta ruoka-apuun, jolloin tuotteet eivät päädy hävikkiin. Lahjoitetut tuotteet ovat pääsääntöisesti lihajalosteita, maitotalo-ustuotteita ja mahdollisuuksien mukaan kuiva-aineita. Arina tarjoaa ruoka-apuun myös muovipussit.

Ruoka-avun laajentamista harkitaan pilottikokemusten ja hyväntekeväisyysjärjestöjen resurssien perusteella.



Monipuoliset kierrätysmahdollisuudet

S-ryhmä tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden jätteiden kierrättämiseen. On tärkeää, että mahdollisimman suuri osa kotitalouksissa syntyvistä jätteistä löytää tiensä hyötykäyttöön. Vuonna 2012 S-ryhmän toimipaikoissa tai niiden yhteydessä oli 213 ekopistettä. Niissä oli keräysastioita tai muita vastaanottopisteitä asiakkaiden palauttamille eri materiaaleille seuraavasti: Pahvi-, kartonki- ja nestepakkauskartonkipakkauksille 246 kpl, paperille 220 kpl, lasipakkauksille 191 kpl, metallipakkauksille 184 kpl, tekstiileille 91 kpl, muulle jätteelle 39 kpl, pienille sähkö- ja elektroniikkalaitteille 15 kpl, suurille sähkö- ja elektroniikkalaitteille 15 kpl, vaaralliselle jätteelle 9 kpl, muovipakkauksille 6 kpl ja loiste- ja energiansäästölamppuille 5 kpl.

S-ryhmän toimipaikkojen yhteydessä olevien juomapakkausten palautusautomaattien kautta otettiin vuonna 2012 vastaan yli 540 miljoonaa tölkkiä (2011: 529 milj. kpl) ja yli 153 miljoonaa kierrätysmuovipulloa (2011: 167 milj. kpl). Näin saatiin talteen yli 7,3 miljoonaa kiloa alumiinia ja yli 5,4 miljoonaa kiloa kierrätysmuovia.

S-ryhmän toimipaikkojen yhteydessä olevien UFF:n ylläpitämien vaatekeräyspisteiden kautta kerättiin vuonna 2012 yhteensä 1 500 tonnia vaatteita (2011: 1 137 t).

Asiakkaat saavat palauttaa kannettavia akkuja ja paristoja kaikkiin niitä myyviin S-ryhmän toimipaikkoihin. Punainen laatikko onkin tullut asiakkaille tutuksi, sillä S-ryhmän toimipaikkoihin palautuneiden kannettavien akkujen ja paristojen määrät ovat kasvaneet vuoden 2009 yhteensä 116 tonnista 236 tonniin vuonna 2012.

153 milj.

KIERRÄTYSMUOVIPULLOA

S-RYHMÄN TOIMIPISTEIDEN
YHTEYDESSÄ OLEVIIN PULLON-
PALAUTUSPISTEISIIN PALAUTU-
NEIDEN MUOVIPULLOJEN MÄÄRÄ
VUONNA 2012



Teräs kiertoon yhteistempauksella

HOK-Elanto järjesti huhtikuussa 2012 yhdessä Ruukin, Kuusakosken ja Helkaman kanssa polkupyörien kierrätystempauksen kaikissa HOK-Elannon Prismoissa. Kierrätä fillari – romulle uusi elämä -tapahtuman aikana asiakkaat saivat tuoda vanhat, korjattavaksi kelpaamattomat pyöränsä Prismojen kierrätyslavoille. Vastineeksi asiakkaalle annettiin 50 euron arvoinen lahjakortti, jonka asiakas sai käyttää uuden Helkama-pyörän ostoon HOK-Elannon Prismoista kampanja-aikana.

Suurta suosiota nauttineen kampanjan aikana kerättiin noin 1200 kappaletta romupyöriä, jotka toimitettiin Kuusakoskelle murskattavaksi. Murskauksessa teräs, värimetallit ja muut jakeet eroteltiin ja teräsmurske toimitettiin muun muassa Ruukin Raahen terästehtaalte, jossa sitä käytetään uuden teräksen raaka-aineena. Polkupyörästä pystytään näin kierrättämään 97 % materiaalista. Tempauksen aikana kierrätetyt polkupyöränrungot säästivät saman verran hiilidioksidipäästöjä, kuin mitä autolla ajaessa syntyy noin 144 000 kilometrin matkalla.

Ympäristöriskien hallinta

Maaperään ja ilmaperään päätyvien päästöjen ehkäiseminen ja tavoitteellinen vähentäminen on tärkeä osa erityisesti polttonestekaupan ympäristövastuuta. Vuoden 2012 lopussa 424 S-ryhmän polttonesteen jakeluasemasta yhteensä 364 jakeluasemalla oli ympäristölupa tai uuden asetuksen mukainen rekisteröinti-ilmoitus (2011: 359). Mittarikentän tekniikkaan ja tarkkailuun kiinnitetään erityistä huomiota. Myös henkilökuntaa koulutetaan jatkuvasti havaitsemaan mittarikentällä esiintyvät puutteet.

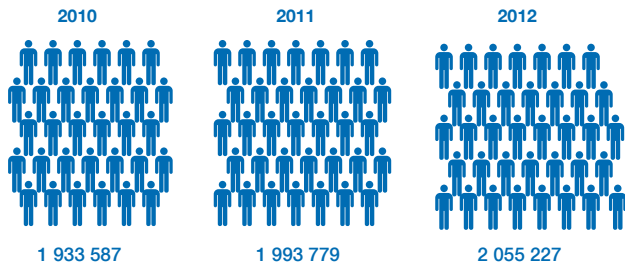
Pilaantuneiden maiden kunnostuskustannukset S-ryhmässä vuonna 2012 olivat yhteensä 963 000 euroa (2011: 310 000 euroa). Vuoden 2011 kunnostuskustannukset olivat poikkeuksellisen alhaisella tasolla ja vuonna 2012 ne olivat taas tavanomaisella tasolla aiempiin vuosiin nähden.

Uudet ja uudistettavat polttonesteen jakeluasemat on varustettu järjestelmillä, jotka ottavat talteen tankkauksessa vapautuvat bensiinihöyryt. ABC-aseilla näitä talteenottojärjestelmiä oli vuoden 2012 lopussa 373 toimipaikassa (2011: 354).

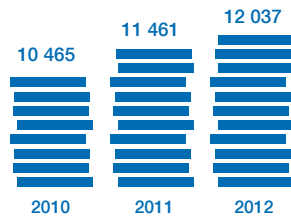
Tankkauksen yhteydessä ilmaan pääsevien bensiinihöyryjen talteenotto täydentää asemien bensiinisäiliöiden täytön bensiinihöyryjen talteenottojärjestelmää, minkä vuoksi nyt puhutaan talteenoton toisesta vaiheesta. Näillä tekniikoilla pyritään rajoittamaan haihtuvien yhdisteiden (VOC) päästöjä, joita syntyy bensiinihöyryjen vapautuessa. S-ryhmän laskennalliset bensiinin myynnin VOC-päästöt vuonna 2012 olivat yhteensä 615 tonnia (2011: 651 t).

KESKEISIÄ LUKUJA

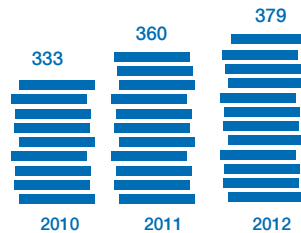
ASIAKASOMISTAJIA



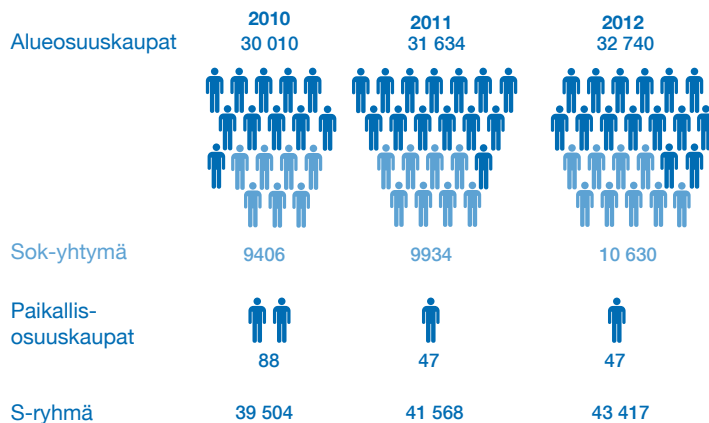
VÄHITTÄISMYYNTI, M€



MAKSETTU BONUSTA, M€



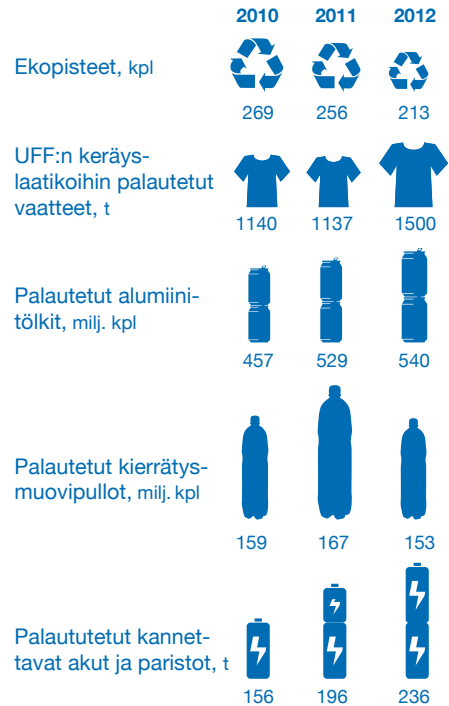
SUOMEN HENKILÖSTÖ



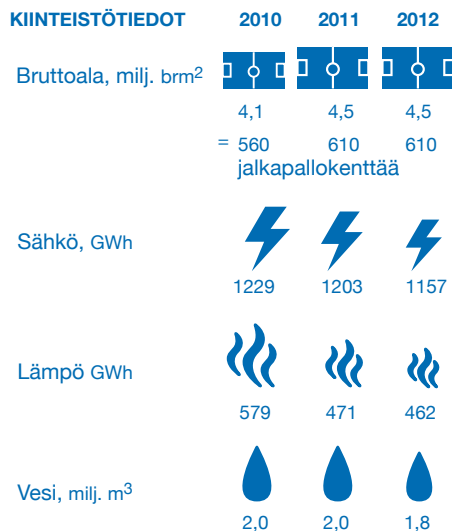
Taulukoiden luvut perustuvat vuoden viimeisen päivän tilanteeseen. Mukana laskennassa on koko S-ryhmän henkilöstö.

KIERRÄTYSPALVELUT

(S-ryhmän toimipaikoissa tai niiden yhteydessä)



KIINTEISTÖTIEDOT



**KESKEISIÄ LUKUJA****TALOUELLINEN VASTUU**

	2010	2011	2012
Asiakasomistajia	1 933 587	1 993 779	2 055 227
Vähittäismyynti, milj. € (alv. 0 %)	10 465	11 461	12 037
Bonusmyynti, milj. €	8 432	9 051	9 444
Maksettu Bonusta, milj. €	333	360	379
Investoinnit, milj. €	600	546	573
Tulos ennen satunnaisia eriä, milj. €	296	269	212
Osuuskauppojen lukumäärä mukaan lukien paikallisosuuskaupat	31	29	29
Toimipaikkojen lukumäärä Suomessa	1 614	1 643	1 663

SOSIAALINEN VASTUU

Henkilömäärä	2010	2011	2012
Alueosuuskaupat	30 010	31 634	32 740
Paikallisosuuskaupat	88	47	47
SOK-yhtymä	9 406	9 934	10 630
S-ryhmä	39 504	41 568	43 417
Vakituisen työntekijöiden lähtövaihtuvuus (%)	15,5*	22,9**	16,5***

* Vuoden 2010 luku pitää sisällään S-ryhmän alueosuuskaupat, Sokotelin ja Hankkija-Maatalouden.

** Vuoden 2011 luku pitää sisällään S-ryhmän alueosuuskaupat (lukuunottamatta Koillismaata), Sokotelin, Hankkija-Maatalouden ja SOK:n henkilöstön. Lähtövaihtuvuuden nousua selittää osin Sokotelin viiden hotellin myynti.

*** Vuoden 2011 luku pitää sisällään S-ryhmän alueosuuskaupat (lukuunottamatta Ympäristöä ja Ympyrää, jotka fuusioituivat Kymen Seudun Osuuskaupaksi tammikuussa 2013), Sokotelin, S-asiakaspalvelun ja S-Pankin.

Työsuhteiden laatu (%)	2010	2011*	2012**
Vakituiset	87	86	86
Määräaikaiset	13	14	14
Kokoaikaiset	36	38	39
Osa-aikaiset	64	62	61

* Vuoden 2011 luvut pitävät sisällään S-ryhmän alueosuuskaupat (lukuunottamatta Koillismaata), Sokotelin, Hankkija-Maatalouden ja SOK:n henkilöstön.

** Vuoden 2012 luvut pitävät sisällään kaikki S-ryhmän alueosuuskaupat sekä SOK-yhtymän tytäryhtiöineen.

KESKEISIÄ LUKUJA

Sukupuolijakauma (%)	2010	2011	2012*
Naiset	76,1	74,8	74,8
Miehet	23,9	25,2	25,2

*) Vuoden 2012 luvut pitävät sisällään kaikki S-ryhmän alueosuuskaupat sekä SOK-yhtymän tytäryhtiöineen.

S-ryhmän työyhteisötutkimuksen tulokset	2011**	2012***	Suomen yleis-normi 2012
TYT-indeksi (sis. kaikki kysymykset)*	72,3	72,7	62,3
Omistautuneisuusindeksi	76,3	76,1	67,3
Sitoutumisindeksi	73,1	72,6	64,7
Suorituskykyindeksi	69,4	70,3	59,2
Johtamisindeksi	72	72,7	59,9

*) Vuonna 2011 käytettiin uutta tutkimuksen tekijää ja kyselyä muokattiin. TYT-indeksi perustuu tutkimuksen 22 ydin-kysymykseen ja TYT-indeksiin sisältyvät taulukossa esitetyt indeksit. Kyselyn tulokset esitettiin ensimmäistä kertaa indekseinä. Tulokset on painotettu vastaajien lukumäärällä.

**) Luvut pitävät sisällään alueosuuskaupat, SOK-yhtymän (lukuunottamatta Sokotelia) ja Hankkija-Maatalouden.

***) Luvut pitävät sisällään alueosuuskaupat, SOK-yhtymän (lukuunottamatta Hankkija-Maataloutta), Sokotelin sekä lähialueiden Prismat.

Koulutus	2010	2011	2012
Jollas Instituutin valmennuspäivät	1 788	2 030	1 778
Jollas Instituutin opiskelijamäärät	32 300	34 000	20 722



KESKEISIÄ LUKUJA

YMPÄRISTÖVASTUU (Taulukot sisältävät S-ryhmän Suomen toiminnot)

Kiinteistöt	2010	2011	2012
Bruttoala (milj. brm ²)	4,1	4,5	4,5
Ympäristövaikutteiset kustannukset (milj. €)	149	169	188
Sähkö (GWh)	1 229	1 203	1 157
Lämpö (GWh)	579	471	462
Vesi (milj. m ³)	2,0	2,0	1,8

Asiakkailla tarjotut kierrätyspalvelut	2010	2011	2012
Asiakkailla tarjotut ekopisteet (kpl)	269	256	213
S-ryhmän toimipaikkojen yhteydessä sijaitseviin UFF:n keräyslaatikoihin palautetut vaatteet (t)	1 140	1 137	1 500
Palautetut alumiinitölkit (milj. kpl)	457	529	540
Palautetut kierrätysmuovipullot (milj. kpl)	159	167	153
S-ryhmän toimipaikkoihin palautuneet kannettavat akut ja paristot (t)	156	196	236

Pakkaukset	2010	2011	2012
Maahantuodut ja kotimaan markkinoille saatetut pakkaukset (t)	73 841	78 745	80 257

Ympäristöriskit	2010	2011	2012
Pilaantuneiden maiden kunnostuskustannukset (milj. €)	1,7	0,3	1,0
Polttonestehöyryn talteenotto (kpl)	320	354	373
Bensiinin myynnin VOC-päästöt (t)	695	651	615

Jätteet	2010	2011	2012
Syntynyt jätemäärä (t)	110 000	107 000	111 000
Hyötykäyttöaste (%)	70	82	85

	2010	2011	2012
Ympäristöluvut ja rekisteröinti-ilmoitukset polttonesteen jakeluun (kpl)	350*	359**	364
Pilaantuneiden maiden kunnostamiseen haetut ympäristöluvut ja tehdyt ilmoitukset (kpl)	14	13	***

*) Vuoden 2010 luku pitää sisällään vain ympäristöluvut. Vuosien 2011–2012 luku sisältää myös rekisteröinti-ilmoitukset.

**) Vuoden 2011 lukuun on lisätty kahdeksan rekisteröinti-ilmoitusta verrattuna vuoden 2011 katsauksessa esitettyyn lukuun.

***) Vuoden 2012 tieto PIMA-luvista ei ollut saatavilla katsauksen julkaisuajankohtaan mennessä.



GRI-taulukko 2012

Tämä S-ryhmän vuoden 2012 vastuullisuuskatsaus on ensimmäinen, jossa sovellamme kansainvälistä Global Reporting Initiative (GRI) -raportointiohjeistoa. Katsaus kattaa S-ryhmän Suomen toiminnot, emmekä ole raportoineet erikseen niitä GRI-tunnuslukuja, jotka sisältyvät Suomessa työnantajan lakisääteisiin velvollisuuksiin tai työehtosopimuksiin. Tätä vastuullisuuskatsausta ei ole varmennettu, mutta arviomme mukaan katsauksemme täyttää C-sovellustason vaatimukset.

Myös yritys vastuun asiantuntija Tofuture Oy on tarkastanut S-ryhmän vastuullisuuskatsauksen 2012 vastaavuuden GRI G3.1 -ohjeistoon ja vahvistaa raportoinnin täyttävän sovellustason C vaatimukset.

TUNNUS	GRI:N SISÄLTÖ	SISÄLTYY	SIVU	LISÄTIETOJA
1. STRATEGIA JA ANAYYSI				
1.1	Pääjohtajan katsaus	●	2–3	
1.2	Organisaation keskeisten vaikutusten, riskien ja mahdollisuuksien kuvaus	●	9–11	
2. ORGANISAATION KUVAUS				
2.1–2.10	Organisaation kuvaus	●	7–8	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 48–49
3. RAPORTIN MUUTTUJAT				
3.1–3.4	Perustiedot raportoinnista	●	13	
3.5	Katsauksen sisällön määrittely (olennaisuus, priorisointi, keskeiset sidosryhmät)	●	5, 10–11	
3.6–3.13	Katsauksen rajaus, muutokset raportoinnissa	●	13, 27–28	Katsauksessa raportoidaan vain S-ryhmän Suomen toiminnot ellei toisin mainita SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 64

TUNNUS	GRI:N SISÄLTÖ	SISÄLTYY	SIVU	LISÄTIETOJA
4. HALLINTOTAPA, SITOUMUKSET JA YHTEISTYÖ				
4.1–4.4	Organisaation hallintorakenne	●		SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 51–57
4.8	Missio, arvot, toimintasäännöt ja -periaatteet sekä niiden toimeenpano-käytännöt	●	7, 17, 25	Lue lisää eettisistä periaatteista S-kanavalta
4.11	Varovaisuusperiaatteen noudattaminen	●		SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 53, 64–65
4.12	Sitoutuminen ulkopuolisiin vastuualoitteisiin	●	17, 48–49, 51–52	
4.13	Jäsenyydet järjestöissä, edunvalvonta-organisaatioissa	●	18, 52	
4.14–4.17	Sidosryhmävuorovaikutus	●	14–19	
TALOUDELLISEN VASTUUN TUNNUSLUVUT				
	Johtamistavan kuvaus	●	12	
EC1*	Taloudellisen lisäarvon luominen ja jakautuminen	●	23, 25, 30, 85	Asiasta lisää SOK-yhtymän vuoden 2012 vuosikertomuksessa
EC2*	Ilmastomuutoksen taloudelliset seuraamukset, riskit ja mahdollisuudet	●	10–11	Ilmastomuutoksen asettamiin haasteisiin vastaaminen
EC6*	Paikalliset hankinnat	●	46, 57–58	Kotimaiset hankinnat, lähiruokastrategia
EC8*	Infrastruktuuri-investoinnit ja yleishyödylliset palvelut	●	30	
EC9	Epäsuorat taloudelliset vaikutukset	●	21, 25, 30–31, 74	



TUNNUS	GRI:N SISÄLTÖ	SISÄLTYY	SIVU	LISÄTIETOJA
YMPÄRISTÖVASTUUN TUNNUSLUVUT				
	Johtamistavan kuvaus	●	12, 69, 78	
EN1*	Materiaalien käyttö	●	56, 87	Markkinoille toimitetut pakkausmateriaalit, muovipussit
EN3*	Energian suora kulutus	●	70	
EN4*	Energian epäsuora kulutus	●	70, 87	
EN5	Säästämisestä ja tehokkuusparannuksista syntynyt energiansäästö	●	70–71	
EN6	Energiatehokkaat tai uusiutuviin energia- lähteisiin perustuvat tuotteet ja palvelut	●	65, 73	
EN7	Toimenpiteet epäsuoran energian- kulutuksen vähentämiseksi	●	69–72	
EN8*	Veden kulutus	●	70, 87	
EN16*	Suorat ja epäsuorat kasviuonekaasupäästöt	●	74–75	
EN17*	Muut merkittävät epäsuorat kasviuone- kaasupäästöt	●	75–76	
EN18	Toimenpiteet kasviuonekaasupäästöjen vähentämiseksi	●	71, 76–77	
EN20*	Muut merkittävät päästöt ilmaan	●	83	VOC
EN22*	Jätteet	●	76–81, 88	
EN27*	Kierrätetyt tuotteet ja pakkausmateriaalit	●	56, 84	Pakkausmateriaalit, muovipussit
EN29	Kuljetusten ympäristövaikutukset	●	75–76	
EN30	Ympäristökustannukset ja -investoinnit	●	73, 83, 87	



TUNNUS	GRI:N SISÄLTÖ	SISÄLTYY	SIVU	LISÄTIETOJA
SOSIAALISEN VASTUUN TUNNUSLUVUT				
	Johtamistavan kuvaus	●	12, 37–38, 42	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 38–41
LA1*	Henkilöstön määrä	●	37, 85–86	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 38, 41, 50
LA2*	Henkilöstön vaihtuvuus	●	85	
LA4*	Työehtosopimuksen piirissä olevien osuus	●	39	Työehtosopimuksia noudatetaan
LA7*	Tapaturmat, poissaolot	●	43	
LA8*	Koulutus-, ennaltaehkäisy- ja riskinhallinta-ohjelmat vakavien sairauksien varalta	●	42–43	Turvallisuuskoulutukset
LA10*	Koulutustunnit	●	39, 42–43, 86	
LA11	Osaamisen kehittämiseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat	●	38–39, 41–42	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 40
LA12	Kehitys- ja urakeskustelut	●	39	Kehityskeskusteluja käydään säännöllisesti
LA13*	Hallintoelinten ja henkilöstön monimuotoisuus	●	23, 37, 86	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 41, 54–57
HR2*	Alihankkijoiden ja urakoitsijoiden ihmisoikeusarviointit	●	49–50	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 36
HR5*	Työntekijöiden yhdistymisvapaus	●	48–49	BSCI
HR6*	Toiminnot, joissa on riski lapsityövoiman käytölle	●	48–49	BSCI
HR7*	Toiminnot, joissa on riski pakkotyövoiman käytölle	●	48–49	BSCI
SO1*	Paikallisyhteisöihin liittyvät kehitysohjelmat	●	25, 32–33, 35, 41	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 42–43



TUNNUS	GRI:N SISÄLTÖ	SISÄLTYY	SIVU	LISÄTIETOJA
SO5*	Osallistuminen julkishallinnon kehittämiseen ja lobbaukseen	●	17	
PR1*	Tuotteiden elinkaaren terveys- ja turvallisuusvaikutusten arviointi	●	48, 58–60, 77	SOK-yhtymän vuosikertomus 2012, s. 12, 36
PR3*	Tuote- ja palvelutietoihin liittyvät pakolliset vaatimukset	●	46–47	
PR5	Asiakastytytyväisyys	●	22, 66	
PR6*	Markkinointiviestinnän lainmukaisuus	●	24	

Raportissa on käytetty soveltuvin osin GRI:n ruokatoimialan lisäosan tunnuslukuja S-ryhmän vastuullisen hankinnan osalta.

TUNNUS	GRI:N SISÄLTÖ	SISÄLTYY	SIVU	LISÄTIETOJA
RUOKATOIMIALAN LISÄOSAN MUKAISET TUNNUSLUVUT				
FP1	Hankinnat yrityksen hankintapolitiikkaan sitoutuneilta toimittajilta	●	49–54	
FP2	Vastuullisen tuotannon standardien mukaiset hankinnat	●	49–54, 60	

● Sisältyy

● Sisältyy osittain

* GRI-ohjeiston määrittelemä pääindikaattori

TERMIEN SELITYKSET JA TUNNUSLUKUJEN LASKENTAKAAVAT

Tällä sivulla on selitetty tarkemmin katsauksessa käytettyjä keskeisiä termejä ja laskentakaavoja. Kaikki katsauksessa esitetyt tunnusluvut koskevat vain S-ryhmän Suomen toimintoja ellei toisin mainita.

Asiakasomistaja

Asiakasomistaja on S-ryhmän asiakasomistajajärjestelmään kuuluvan osuuskaupan henkilöjäsen.

S-Etukortti

S-Etukortti on S-ryhmän osuuskaupan jäsenkortti, merkki asiakasomistajuudesta ja avain asiakasomistajaetuihin. S-Etukortti on henkilökohtainen. Asiakasomistajan kanssa samaan talouteen kuuluvat saavat käyttöönsä omat S-Etukortit. S-Etukortti voi olla käteiskortti tai siihen voidaan liittää S-Pankin tarjoamia maksuominaisuuksia.

Bonus

Bonus on S-ryhmästä ja sen yhteistyökumppaneilta tehdyistä ostoista maksettu ostohyvyys. Bonuksen suuruus määräytyy asiakasomistajatalouden kuukausiostojen määrän ja oman osuuskaupan bonustaulukon mukaan.

Maksutapaetu

Maksutapaetu on S-ryhmän Suomen toimipaikoissa S-Etukortilla maksetuista, maksutapaedun piiriin kuuluvista ostoista kertyvä 0,5 % etu. Maksutapaetu lasketaan asiakasomistajatalouden kuukausiostoista.

Ylijäämänpalautus

Osuuskauppa voi jakaa asiakasomistajilleen osuutta tilikauden tuloksesta muun muassa maksamalla ylijäämänpalautusta. Ylijäämänpalautusta maksetaan asiakasomistajatalouden osuuskaupasta tilikauden aikana tekemien ostojen perusteella, edustajiston päättämän prosentin mukaisesti. Päätöksen ylijäämänpalautuksen maksamisesta tekee vuosittain osuuskaupan edustajisto tilinpäätöksen hyväksymisen yhteydessä.



Osuusmaksun korko

Osuuskauppa voi jakaa asiakasomistajilleen osuutta tilikauden tuloksesta mm. maksamalla korkoa sijoitetuille osuusmaksuille. Päätöksen osuusmaksun koron maksamisesta tekee vuosittain osuuskaupan edustajisto tilinpäätöksen hyväksymisen yhteydessä.

GWh

Gigawattitunti = miljoona kilowattituntia (kWh)

CO₂

Hiilidioksidi, merkittävä ilmastoa lämmittävä kasvihuonekaasu

$$\text{Hyötykäyttöaste (\%)} = 100 - \frac{\text{Kaatopaikkajätteen määrä}}{\text{Kokonaisjättemäärä}} \times 100$$

Työtapaturma

S-ryhmässä sairauspoissaoloon tai vähintään 100€ korvaukseen johtanut työtapaturma raportointivuonna. Vuoden 2011 katsauksessa on ilmoitettu kaikki tapaturmat vakavuusasteesta huolimatta, joten luvut eivät ole vertailukelpoisia keskenään.

$$\text{Tapaturmataajuus} = \frac{\text{Tapaturmien määrä 1.1.–31.12.}}{\text{Tehtyjen työtuntien määrä 1.1.–31.12.}} \times 1\,000\,000 \text{ tuntia}$$

$$\text{Lähtövaihtuvuus} = \frac{\text{Palveluksesta 2012 lähteneiden vakituisten määrä (tilanne 31.12. 2012)}}{\text{Vakituisten henkilöstön määrä (tilanne 31.12.2011).}}$$



**SUOMEN
OSUUSKAUPPOJEN
KESKUSKUNTA (SOK)**

PL 1, 00088 S-RYHMÄ
puh. 010 76 8011
www.s-kanava.fi

