



S-ryhmän vastuullisuuskatsaus 2013



Kattavampaa ja luotettavampaa tietoa



Vuoden 2013 aikana SOK:ssa aloitettiin tehostamisohjelma, jonka tavoitteena oli kääntää usean vuoden ajan toiminnallista tappiota tehneen SOK:n talous vakaammalle pohjalle. Ohjelmalla halutaan myös turvata S-ryhmän alueosuuskauppojen toiminnan taloudellinen kestävyys ja kehittymiskyky.

Tehostamisohjelma merkitsi S-ryhmän osuuskaupoille ketju-, tuki- ja hankintapalveluita tuottavassa SOK:ssa yhteistoimintaneuvotteluja keväällä 2013. Niiden pohjalta päädyttiin noin 180 henkilön irtisanomiseen, mikä yhdessä eräiden uudelleen organisointien kanssa näkyi hetkellisenä kehitystoiminnan hiljentymisenä.

Muutoksista huolimatta vuoden aikana keskityimme S-ryhmässä voimakkaasti jo vuonna 2012 hyväksytyn vastuullisuusohjelman toteuttamiseen. Syntyneistä tuloksista kerrotaan tämän katsauksen eri osa-alueilla.

Vuonna 2013 jatkoimme erityisesti tiedonkeruun prosessien kehittämistä. Sen seurauksena esittämiemme ryhmätasojen tietojen luotettavuus ja kattavuus on selvästi parantunut. Aiempaan katsaukseen verrattuna olemme nyt myös tarkentaneet verojalanjälkemme laskentaa.

Jatkossa kehityskohteitamme ovat muun muassa toimipaikoissa tapahtuva vastuullisuusviestintä sekä jatkuva ja avoin vuoropuhelu erilaisten sidosryhmiemme kanssa.

Osaltaan kaupparyhmämme työtä ohjaa Kestävän kehityksen yhteiskuntasitoutumus, jonka kahteen tavoitteeseen olemme sitoutuneet. Hiilineutraalia yhteiskuntaa edistämme muun muassa asettamalla jokaiselle toimipaikallamme seurattavan tavoite-energiankulutuksen sekä tuottamalla puolet sähköstämme omalla tuulivoimallamme vuonna 2016.

Kestävään työhön liittyvä sitoumus puolestaan velvoittaa meidät kasvattamaan nuorista kaupan ammattilaisia. Tavoitteemme on saada nuoret näkemään kaupan ala houkuttelevana ja pysyviä työpaikkoja tarjoavana toimialana.

Hyvä lukija, S-ryhmä jatkaa päättäväisesti vastuullista toimintaansa. Työn onnistumiseksi tarvitsemme selkeiden tavoitteiden lisäksi myös hyvää raportointia. Lopuksi haluan kiittää erityisesti niitä henkilöitä, jotka ovat antaneet oman panoksensa vastuullisuusraportointiin.

Taavi Heikkilä, SOK:n pääjohtaja





1

Me kysimme teiltä,
mikä on teidän mie-
lestänne olennaista
vastuullisuudessa...



2

Te pohditte...



3

Ja kerroitte meille...

kierrätys energiansäästö
hyvinvointi aito lähiruoka
tuote puhtaus
vastuullisuus turvallisuus
alkuperä luottamus



4

Näin syntyivät S-ryhmän neljä vastuullisuuden pääteemaa



Hyvinvointia
osuustoiminnalla



Henkilöstön hyvinvointi ja
motivaatio



Vastuulliset tuotteet ja
palvelut



Resurssitehokkuus

Sisällysluettelo

04 S-ryhmä lyhyesti

17 Hyvinvointia osuustoiminnalla

30 Henkilöstön hyvinvointi ja motivaatio

38 Vastuulliset tuotteet ja palvelut

67 Resurssitehokkuus

85 S-ryhmä numeroin

S-ryhmä lyhyesti



Tapahtumia vuodelta 2013



Tammikuu

Uusi ikärajavalvonnan ohjeistus astui voimaan

Alkoholi- ja tupakkatuotteiden ikärajavalvonta laajeni suomalaisissa päivittäistavarakaupoissa.

Helmikuu

SOK ja WWF etsivät tekoja ruokahävikin hillitsemiseen

Järjestimme yhdessä WWF:n kanssa työpajan, jossa ideoitiin keinoja ruokahävikin pienentämiseksi.

Maaliskuu

SOK:n palvelu- ja tukitoimintojen tehostaminen

Kaupan murros ja siitä johtuvat tehostamistarpeet johtivat henkilöstövähennyksiin myös SOK:ssa.

Huhtikuu

Hyvän kauppataivan periaatteiden allekirjoittaminen

Allekirjoitimme aiesopimuksen Hyvän kauppataivan periaatteista.

Toukokuu

Kysely 1600 tavarantoimittajalle vastuullisuudesta

Teimme tavarantoimittajillemme kyselyn, jossa selvitimme toimittajien käytäntöjä tuotteiden jäljitettävyyden, tuoteturvallisuuden sekä ympäristö- ja sosiaalisen vastuullisuuden varmistamiseksi tuotantoketjuissa.

Käytöstä poistettujen sähkö- ja elektroniikkalaitteiden kauppaeräys alkaa

Asiakkaat ovat voineet toukokuusta lähtien palauttaa käytöstä poistettuja pieniä laitteita, loisteputkia ja energiansäästölamppuja muun muassa Prismoihin.

Kesäkuu

Päätös S-Pankin ja LähiTapiola Pankin fuusiosta

S-Pankki ja LähiTapiola Pankki yhdistyvät uudeksi S-Pankiksi. Uusi Pankki aloitti toimintansa 1.5.2014.

Heinäkuu

Menestystarinoita suomalaisesta ruoasta

Järjestimme Porin Suomi Areenalla lähiruokatilaisuuden, jossa keskusteltiin muun muassa lähiruoan ja luomun tulevaisuudesta.

Elokuu

Ruokakaupamme johto vieraili Thaimaassa

Thaimaan vierailulla keskusteltiin työoloista viranomaisten ja tavarantoimittajien kanssa sekä vierailtiin alihankkijoiden tehtailla.

Syyskuu

S-ryhmä mukana vastuukartassa

Olimme mukana kehittämässä Kaupan liiton tarjoaman yritysvastuun työkalua, Kaupan vastuukarttaa.

Lokakuu

Valtakunnallinen energiansäästöviikko

Olimme jälleen mukana Motivan järjestämällä Energiansäästöviikolla.

WWF:n Näytä Voimasi -kampanja

Osallistuimme WWF:n kampanjaan kestävän energiantuotannon puolesta ja ilmastonmuutosta vastaan.

Marraskuu

S-ryhmä paras suomalainen kaupan alan yritys palmuöljypisteityksessä

Olimme paras suomalainen kaupan alan yritys ympäristöjärjestö WWF:n syksyllä 2013 toteuttamassa kansainvälisessä palmuöljypisteityksessä pistein 11/12.

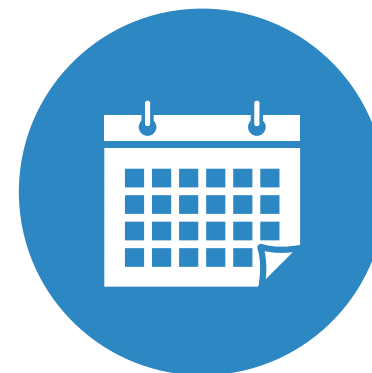
SOK:n edustaja valittiin jatkokaudelle Kansainvälisen Osuustoimintaliiton ICA:n maailmanhallitukseen

Hallituksessa jo edelliskaudella ollut SOK:n Anne Santamäki valittiin kaikkien aikojen kilpailuimmassa vaaleissa uudelleen.

Joulukuu

S-ryhmä lahjoittaa miljoona euroa lastensairaalalle

Päätimme lahjoittaa miljoona euroa uuden valtakunnallisen lastensairaalan rakentamiseen. Lahjoituksessa ovat mukana kaikki maamme 20 alueosuuskauppaa ja osuuskauppojen omistama SOK-yhtymä.



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.

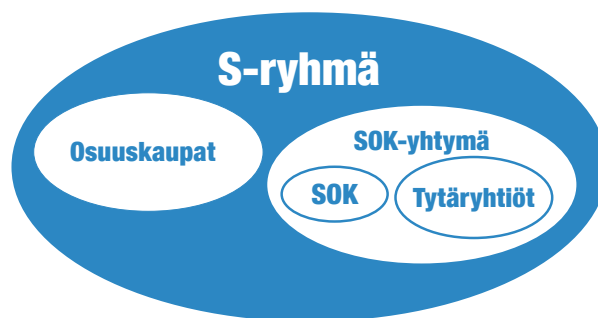
S-ryhmän liiketoiminnan tarkoituksena on tuottaa kilpailukykyisiä palveluja ja etuja asiakasomistajille kaikkialla Suomessa. Kaiken toiminnan lähtökohtana ovat asiakkaiden arjen helpottaminen ja palvelutarpeet.

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.

Arvot toiminnan perustana

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

S-ryhmän liiketoimintaa harjoitetaan valtakunnallisten ketjujen kautta.

- Päivittäis- ja käyttötavarakauppa
- Liikennemyymälä- ja polttonestekauppa
- Matkailu- ja ravitsemiskauppa
- Auto- ja autotarvikekauppa (11 osuuskaupan alueella)
- Maatalouskauppa (kolmen osuuskaupan alueella)
- Pankkipalvelut (S-Pankki)

KAUPAN JA PALVELUALAN
AMMATTILAISTA

41 784



S-ryhmässä työskenteli vuoden 2013 lopussa 41 784 kaupan ja palvelualan ammattilaista.

SOK tuottaa keskitetysti erilaiset ketjuohjaus-, palvelu- ja tukitoiminnot alueosuuskaupoille. Kun ketjutoimintaan yhdistetään alueosuuskauppojen hyvä paikallinen markkina- ja asiakastuntemus, syntyy tehokas s-ryhmäläinen liiketoimintamalli.

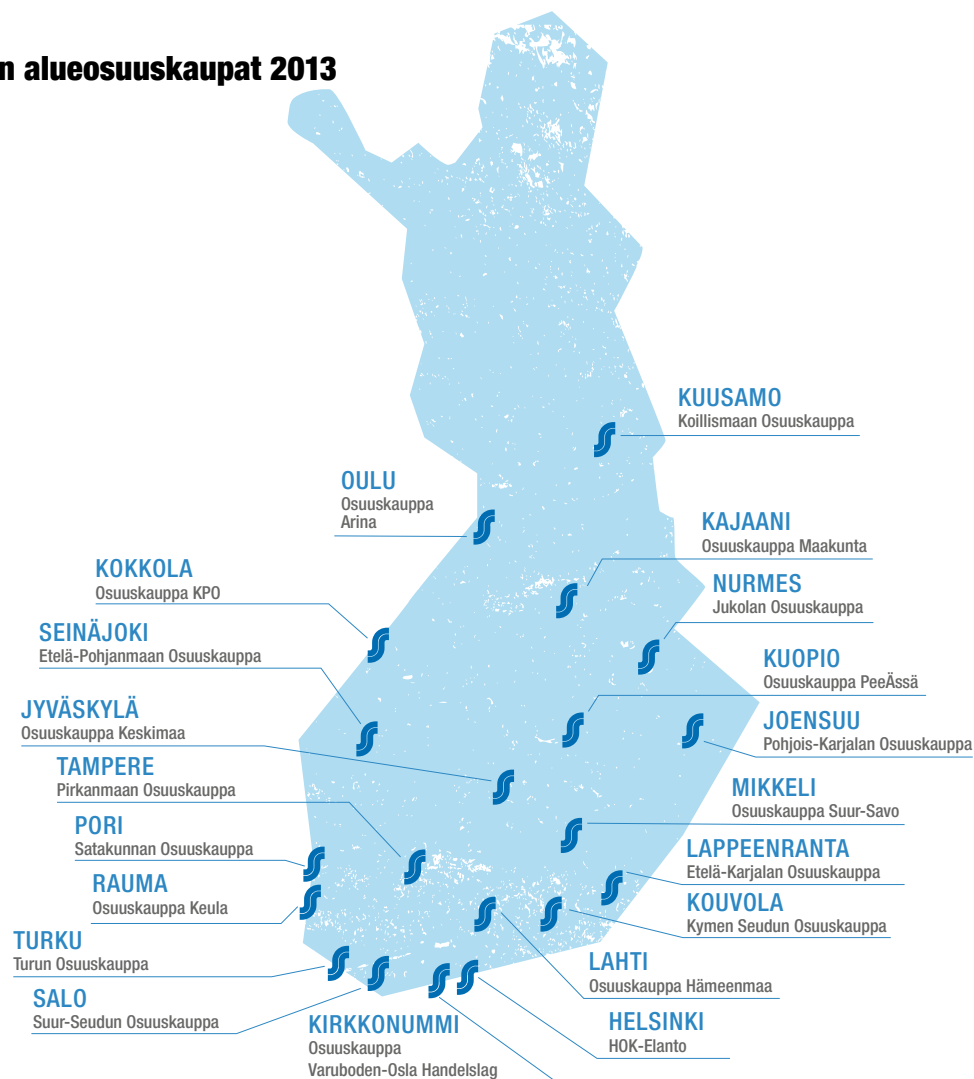
Kotimaan liiketoiminnan lisäksi S-ryhmällä on kansainvälistä liiketoimintaa Venäjällä ja Baltian maissa, joissa liiketoiminta keskittyy marketteihin sekä hotelli- ja ravintolatoimintaan. Vuoden 2013 lopussa Pietarissa toimi kolme Sokos Hotellia ja Tallinnassa yksi. Prismoja oli Virossa yhdeksän, Venäjällä 17, Latviassa viisi ja Liettuaissa kolme.

S-ryhmällä oli vuoden 2013 lopussa 1 646 toimipaikkaa, joista 1 608 oli Suomessa, 20 Baltiassa ja 18 Venäjällä. S-ryhmässä työskenteli vuoden 2013 lopussa 41 784 kaupan ja palvelualan ammattilaista, joista Suomessa 37 741.

S-ryhmässä asiakas on omistaja



S-ryhmän alueosuuskaupat 2013



S-ryhmän keskeiset luvut 2013 (sis. koko S-ryhmän)

M€

11 353

Vähittäismyynti

9 541

Bonusmyynti

379

Maksettu Bonus

566

Investoinnit

226

S-ryhmän tulos

2 109 025

Asiakasomistaja

41 784

Työntekijää (sis. koko S-ryhmän)

1 646

Toimipaikkaa (sis. koko S-ryhmän ja verkkokaupat)

1 608

Toimipaikkaa Suomessa (sis. koko S-ryhmän ja verkkokaupat)

20

Osuuskauppaa



Edelläkävijäksi vastuullisuudessa

S-ryhmän arvot perustuvat osuustoiminnan peruseriaatteisiin. Arvoista taas on suoraan johdettu vastuullisuuseriaattemme.

S-ryhmän toiminnan tarkoituksena on tuottaa kilpailukykyisiä palveluja ja etuja 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 vastuullisuuseriaatteet, SOK-yhtymän eettiset periaatteet sekä vastuullisuudelle asetetut yhteiset strategiset tavoitteet.

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



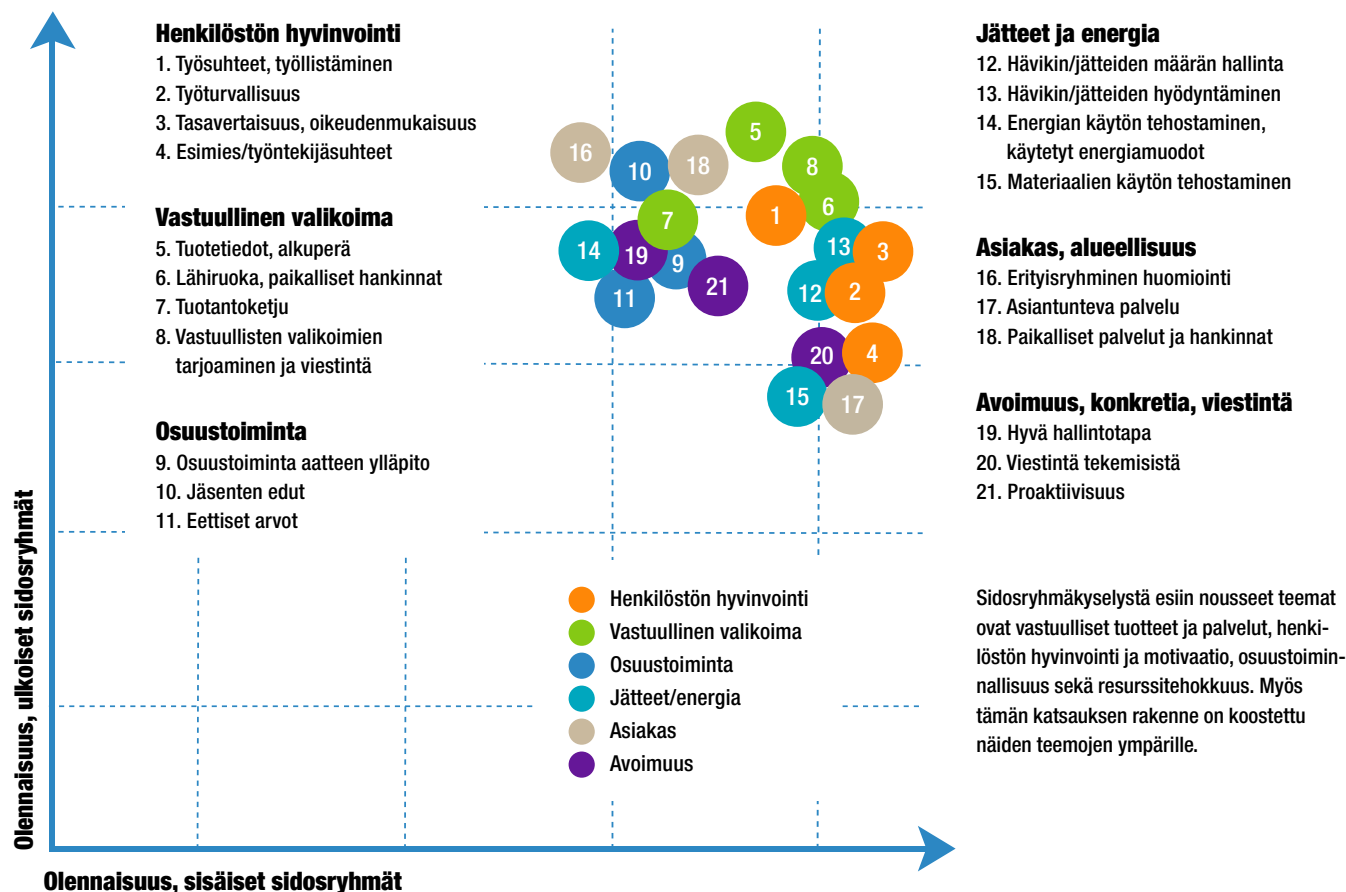
S-ryhmän vastuullisuusohjelma



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

S-ryhmän vuoteen 2016 asti voimassa olevan vastuullisuusohjelman pääteemat ja kehittämisen painopistealueet sekä avaintunnusluvut perustuvat syksyllä 2011 tehtyyn sidosryhmäanalyysiin ja globaaleihin vastuullisuuden megatrendeihin. Vastuullisuusohjelman laatimisen yhteydessä teimme myös kansainvälisen selvityksen edelläkävijäyritysten vastuullisuudesta. Sidosryhmien odotuksia kartoitamme laajemmin uudelleen vuoden 2014 aikana ja analysoimme toimintaympäristön muutoksia mahdollisten uusien kehittämisen painopistealueiden määrittämiseksi.

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



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.

S-ryhmän vastuullisuusohjelma



Materiaali- ja vesivarojen niukkuuden ja ekosysteemien katoamisen merkitys tulee kasvamaan entisestään ja vaikuttaa tulevaisuudessa entistä enemmän globaalien tuoteketjujen riskiarviointiin ja valvontamenettelyjen tehostamiseen niin tuoteturvallisuuden kuin ympäristö- ja sosiaalisen vastuun osalta. Globaalit haasteet voi 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 2013 keskityimme vastuullisuusohjelman painopistealueiden kehittämiseen ja toimeenpanoon sekä tarkempien toimialakohtaisten tavoitteiden ja toimenpideohjelmien määrittelyyn. Keskeisistä kehittämisalueista ja työn etenemisestä kerromme lisää osioissa Vastuulliset tuotteet ja palvelut sekä Resurssitehokkuus.

Globaalit megatrendit

Ilmastonmuutos

Energia ja polttoaineet

Väestönkasvu ja ikääntyminen



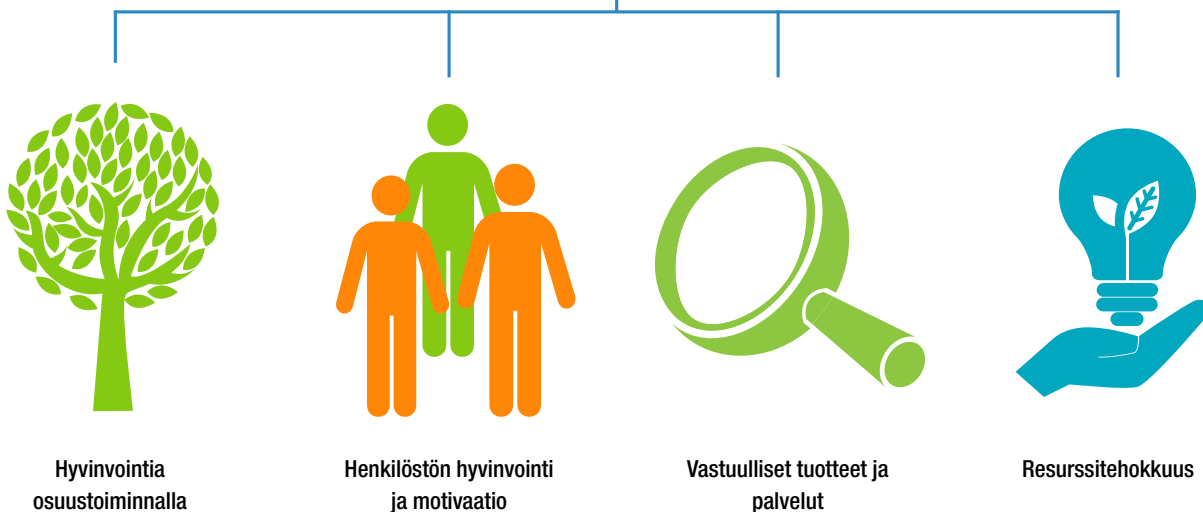
Ekosysteemien katoaminen

Niukkuus materiaalivaroista

Ruokavarmuus ja ruoan turvallisuus

Niukkuus vesivaroista

S-ryhmä edelläkävijäksi vastuullisuudessa





Vastuullisuuden johtaminen

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

S-ryhmätasoisesta vastuullisuusasioiden kehittämisestä, ohjauksesta, raportoinnista ja viestinnästä vastaa SOK Vastuullisuus- ja osuustoimintayksikkö. Kesällä 2013 tapahtuneiden organisaatiomuutosten myötä aiemmin voimassa ollut vastuullisuusasioiden johtamis- ja ohjausmalli poistui käytöstä, ja uusi malli luodaan vuoden 2014 aikana. Syksyn 2013 ajan SOK Vastuullisuus- ja osuustoimintayksikön toimintaa ohjasivat eri liiketoiminta-alueiden toimialahallitukset.

Vastuullisuusasioiden johtamis- ja ohjausmalliin on kuulunut myös s-ryhmätasoiset teematyöryhmät: vastuulliset tuotteet ja palvelut sekä resurssitehokkuus. Teematyöryhmissä on asiantuntijoita S-ryhmän eri liiketoiminta-alueilta ja tukitoiminnoista. Teematyöryhmien tehtävänä on toimialat ylittävien tavoitteiden ja toimenpiteiden valmistelu, parhaiden käytäntöjen jakaminen S-ryhmässä ja nykyisiin toimintamalleihin liittyvien riskien tunnistaminen.

Tavoitteiden ja käytännön toimenpiteiden toimeenpano ja seuranta ovat osa normaalia liiketoiminnan johtamista. Määritellyt toimenpiteet ja linjaukset viedään ketjuohjauksen ohjeiden välityksellä sekä osuuskauppojen että tytäryhtiöiden toimeenpantaviksi. Tärkeintä on, että jokainen

s-ryhmäläinen oivaltaa, miten voi omassa työssään vaikuttaa vastuullisuusperiaatteiden toteutumiseen.

SOK Vastuullisuus- ja osuustoimintayksikkö raportoi säännöllisesti konsernijohtoryhmälle toimintaympäristössä tapahtuvista muutoksista ja keskeisistä trendeistä, vastuullisuuden strategisten tavoitteiden ja vastuullisuusohjelman toimeenpanosta sekä vastuullisuusraportoinnin tuloksista. Toimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia, keskeisiä trendejä ja vastuullisuusohjelman toimeenpanoa seurataan säännöllisesti myös keskeisten liiketoiminta-alueiden johtoryhmissä. SOK:n hallitukselle ja hallintoneuvostolle raportoidaan vuosittain vastuullisuuden kehittämisestä ja erityisesti siitä, miten vastuullisuustyö näkyy asiakasomistajille.



Vastuullisuusraportointi



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

Edelläkävijyys vastuullisuudessa edellyttää järjestelmällistä johtamista ja sitä varten tarvitaan kattavaa ja luotettavaa seurantatietoa useista eri tunnusluvuista. Myös ulkoisen raportoinnin tulee olla avointa. Panostimme erityisesti S-ryhmätasoisien tunnuslukujen tietojen kattavuuden ja luotettavuuden arviointiin ja kehitystyöhön vuonna 2013.

Avaintunnuslukujamme vastuullisuusohjelmassa määritelyjen kehitysalueiden seurantaan ovat valmistusmaa- ja alkuperämaamerkittyjen 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 määritelty.

Vuoden 2013 aikana SOK:n sisäinen tarkastus teki arvioinnin vastuullisuuden mittaamisen ja raportoinnin toteutuksesta. Tavoitteena oli arvioida vastuullisuuden mittaamiseen ja raportointiin liittyvien työvälineiden, menetelmien

ja käytäntöjen toimivuutta ja tehokkuutta sekä tunnistaa kehittämiskohteita. Tarkastelun kohteina olivat vastuullisuusraportointiin liittyvä tiedon keräämisen prosessi sekä raportoitujen tunnuslukujen luotettavuus.

Vuonna 2013 tarkensimme S-ryhmän vastuullisuuden tunnuslukujen määrittelyä, tiedonkeruuprosessia ja ohjeistusta. Vuonna 2012 käyttöön otetun tiedonkeruu- ja raportointijärjestelmän käytettävyyttä parannettiin ja siihen kehitettiin lisäominaisuus hotellien hiilijalanjäljen laskentaan. Kokonaisuudessaan S-ryhmän vastuullisuusraportointi sisältää 144 tunnuslukua, ja tiedonkeruu kattaa kaikki alueosuuskaupat sekä SOK-yhtymän Suomen toiminnot. Jokaisen tunnusluvun osalta on määritelty, kerätäänkö tieto toimipaikka-, ketju-, alueosuuskauppavai S-ryhmätasolla.

Tämä S-ryhmän vastuullisuuskatsaus on järjestyksessään toinen, jossa sovellamme kansainvälistä Global Reporting Initiative (GRI) -raportointiohjeistoa, huomioiden kuitenkin S-ryhmän osuustoiminnallisen rakenteen.

GRI G4 -raportointiohjeistoa noudattava 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. Katsausta ei ole varmennettu ulkopuolisen tahon toimesta.

Avointa vuoropuhelua sidosryhmien kanssa



Avoim vuoropuhelu sidosryhmien kanssa on keskeinen osa S-ryhmän vastuullista yritys-toimintaa. 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, tavarantoimit-tajat, viranomaiset, kansalaisjärjestöt, poliittiset päättäjät, toimialajärjestöt ja median edustajat.

Sidosryhmille olennaisia vastuullisuuskysymyksiä kartoit-tetaan laajemmin uudelleen vuoden 2014 aikana. Sidos-ryhmien näkemyksiä ja heille olennaisia asioita arvioidaan myös jatkuvan vuorovaikutuksen kautta. Merkittävimmistä sidosryhmistä, asiakasomistajista ja henkilöstöstä, kerro-taan katsauksessa omissa osioissaan.

Vuoropuhelua sidosryhmien kanssa käydään laajasti eri foorumeilla, kuten esimerkiksi yksittäisissä tapaamisissa, seminaareissa, sosiaalisessa mediassa ja keskustelupals-toilla. Vaikka suurin osa S-ryhmän toiminnasta on Suo-messa, vaikuttavat sen toimintaan suuresti myös globaa-lit ja eurooppalaiset markkinat ja talous. Tämän vuoksi S-ryhmä on mukana myös kansainvälisissä ja eurooppa-laisissa edunvalvonta- ja yhteistyöorganisaatioissa.

Suunnitelmallista sidosryhmyötä

S-ryhmässä käydään suunnitelmallista vuoropuhelua sidosryhmien kanssa. Vuoropuhelun tavoitteena on välit-tää tietoa S-ryhmästä, lisätä molemminpuolista ymmär-rystä ja hyödyntää sidosryhmiemme osaamista sekä kehitysideoita toimintamme kehittämiseen. Onnistunut sidosryhmyö kehittää toimintaamme ja selkeyttää toimintaympäristöämme.

S-ryhmän sidosryhmyön pohjana on vuonna 2012 lin-jattu sidosryhmävuoropuhelun malli. Sen mukaan orga-nisaation eri osissa on määritelty keskeiset sidosryhmät sekä niiden odotuksia ja vaikutuksia S-ryhmään. Lisäksi on päätetty, mitkä ovat sidosryhmyön muodot kutakin ryhmää koskien sekä vastuista vuoropuhelun jatkamiseksi tai käynnistämiseksi.

Avoimuudella rakennetaan luottamusta

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



S-ryhmän sidosryhmät

huomioon ja kriittisistä näkemyksistä keskustellaan. Esimerkiksi S-ryhmän ruokakaupat avasivat kesällä 2013 Patarumpu.fi-sivuston avointa ja yhteiskunnallista ruoka-keskustelua varten. Sivustolla julkaistaan viikoittain kirjoituksia ja puheenaiheita ruokakaupan maailmasta.



Avointa vuoropuhelua sidosryhmien kanssa

Periaatteemme on, että vastaamme avoimesti meille esitettyihin kysymyksiin ja palautteisiin, on kyse sitten asiakaspalautteista tai kansalaisjärjestöjen kyselyistä. S-ryhmä vastasi esimerkiksi suomalaisten yritysten vastuullisuutta tarkastelevan kansalaisjärjestön Finnwatchin tekemiin S-ryhmää koskeviin selvityksiin.

Syyskuussa SOK kutsui kymmenkunta taloustoimittajaa perinteiseen talousseminaariinsa. Tilaisuudessa esiteltiin muun muassa S-ryhmän liiketoiminnan uutisia, suunnitelmia Pietarissa sekä S-Pankin kehitystä ja S-Voiman tuuli-voimataavoitteita. Suurimpien medioiden päätoimittajia SOK:n johto tapasi puolestaan joulukuussa perinteisessä joulupuurotilaisuudessa.

Kuuntelua ja yhteistyötä

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.

SOK:lla on muun muassa kaksivuotinen yhteistyösopimus 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 kestävä käytön edistämiseksi.

Yhteisenä tavoitteena on myös nostaa ympäristö vastuullisuuden tasoa Suomessa kokoamalla yhteen S-ryhmän vastuullisuusohjelmassa määriteltäviin keskeisiin teemoihin liittyviä sidosryhmiä keskustelemaan niihin liittyvistä vastuullisuuskysymyksistä ja ratkaisumalleista. Esimerkiksi vuonna 2013 järjestettiin työpaja ruokahävikin pienentämiseksi. Lisäksi S-ryhmä seuraa jatkuvasti eri sidosryhmiltä nousevia ajankohtaisia kysymyksiä ja näkökulmia. Näitä arvioidaan tapauskohtaisesti, ja tarvittaessa linjauksia ja toimintatapoja päivitetään.

Vastuullisuus on yhteistyötä

Suurena 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 vuoden 2013 alussa aiesopimuksen Hyvän kauppataavan periaatteista heti sen saatuaamme. Näin tulemme tekemään myös varsinaiselle sopimukselle. Nämä elintarvikeketjua 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 elintarvikeketjun toimintaa – tuotajalta kauppaan – aiempaa ennakoivammaksi. Parempi ennustettavuus tekee kaikkien elintarvikeketjussa toimivien työstä suunnitelmallisempaa ja tuottavampaa sekä mahdollistaa muun muassa elintarvikehävikin pienentämisen.

Vuoropuhelua poliittisen päätöksenteon tueksi

Vuonna 2013 S-ryhmä jatkoi päivittäistavarakauppaa koskevaan kilpailulain muutosesitykseen liittyvää sidosryhmävuoropuhelua. S-ryhmän johto tapasi muutoksen kannalta keskeisen talousvaliokunnan jäseniä sekä muita kansaedustajia. Vuoropuhelun tavoitteena oli kiinnittää kansanedustajien huomio niihin kuluttajien kannalta epäsuotuisiin vaikutuksiin, joita S-ryhmä näki ehdotuksen hyväksymisestä seuraavan.

Heinäkuussa S-ryhmä järjesti SuomiAreenassa Porissa paneelikeskustelun, jossa puhuttiin muun muassa siitä, millä edellytyksillä suomalaista ruokatuotantoa voidaan lisätä.

Avointa vuoropuhelua sidosryhmien kanssa



Tietotaidon jakamista ja yhdessä oppimista

S-ryhmä on aktiivisesti mukana jakamassa vastuullisuuteen liittyviä hyviä käytäntöjä ja oppimassa uutta. Näin tehdään muun muassa Kaupan liiton sen jäsenilleen tarjoaman yritysvastuun työkalun, Kaupan vastuukartan, kautta. Kartta kokoaa yhteen alan yritysvastuutiedon, ohjeistuksen ja alan parhaat käytänteet.

”Hankkeen onnistumisen kannalta oli tärkeää että SOK:n edustaja oli alusta asti mukana kehittämässä niin Kaupan vastuukartan toiminnallisuutta kuin sen sisältöä. Hienoa, että ns. suuri yritys näkee koke-mustenvaihdon vastuullisuuskysymyksistä myös hieman kooltaan pienempien kaupan alan yritysten kanssa osana omaa yritysvastuutyötään.”

Marja Ola, asiantuntija, Kaupan Liitto

Suomi on maailman osuustoiminnallisin maa ja S-ryhmä yksi Suomen suurimmista osuustoimijoista. Maailmanlaajuisesti osuuskunnissa on yli miljardi jäsentä ja osuuskunnat työllistävät yli 100 miljoonaa ihmistä. Näin ollen osuustoimintaperiaatteilla toimivien yritysten rooli on merkittävä elinkeinoelämässä ja kansallisen hyvinvoinnin rakentamisessa.

Osuustoiminnan neuvottelukunta päätti YK:n kansainvälisen osuustoimintavuoden 2012 ja kehityksen vuosikymmenen 2020 tavoitteita varten lahjoittaa Lappeenrannan teknilliselle yliopistolle viisivuotiseen osuustoimintayritysten johtamisen professuuriin. Varat lahjoitusprofessuuriin lahjoittavat SOK, Pellervo-Seura ry ja OP-Pohjola-ryhmän tutkimussäätiö.

Osuustoimintaprofessuuri mahdollistaa sekä keskittymisen osuustoiminnan tutkimusalan kehittämiseen osana uudistuvaa liiketaloustiedettä että osallistumisen entistä tiiviimmin osuustoiminnasta käytävään yhteiskunnalliseen keskusteluun.

”Yrityksiltä odotetaan nykyään aktiivista ja vastuullista otetta yhteiskunnassa. Osuuskunnille uusi rahoitusmalli on myös mahdollisuus. Osuustoiminnan murtautuminen liiketaloustieteen tiedonluonnin ja levittämisen prosesseihin ei olisi käytännössä onnistunut ilman osuustoimintayhteisöjen väliintuloa. Johtaminen ja organisaatiot -oppiaineen lahjoitusprofessuuri on hyvä avaus. Osuustoimintatietämyksen puutteista aiheutuu kitkaa niin osuuskuntien sisälle kuin niiden yhteiskuntasuhteisiin ja se maksaa osuuskunnille, niiden jäsenille ja koko yhteiskunnalle.”

OSUUSKUNTIEN JÄSENIÄ

1 MRD.



Maailman osuuskunnissa on yli miljardi jäsentä. Ne tarjoavat työtä noin 100 miljoonalle ihmiselle.

nalle tähtitieteellisiä summia joka vuosi. Investoinnit osuustoimintatutkimukseen ja opetukseen hyödyttävät siis merkittävästi kaikkia.”

Iiro Jussila, Osuustoimintajohtamisen professori, Lappeenrannan teknillinen yliopisto

Järjestöissä valvotaan yhteistä etua

S-ryhmällä on edustus eri edunvalvontajärjestöissä. Nämä järjestöt valvovat yritysten etua yhteiskunnassa. S-ryhmä on Kaupan liiton jäsen ja vuonna 2013 sen hallituksessa olivat jäseninä SOK:n pääjohtaja (17.9. asti) sekä Kymen Seudun Osuuskaupan 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 sekä



Avointa vuoropuhelua sidosryhmien kanssa

Öljyalan keskusliitossa (ÖKL). 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 2013 olivat terveys ja ravinto, turvallisuus, kuluttajainformaatio, kestävä kulutus ja tuotanto sekä ilmastonmuutos ja energia.

S-ryhmä on myös Kansainvälisen osuustoimintaliitto ICA:n (International Co-operative Alliance) jäsen. ICA on itsenäinen kansalaisjärjestö, joka edustaa ja palvelee osuuskuntia maailmanlaajuisesti. ICA on maailman toiseksi suurin järjestö Yhdistyneiden kansakuntien (YK) jälkeen. Marraskuussa 2013 Kapkaupungissa kokoontunut ICA:n yleiskokous valitsi uuden hallituksen vuosiksi 2014–2017. Hallituksessa jo edelliskaudella ollut SOK:n edustaja

valittiin kaikkien aikojen kilpailluimmissa vaaleissa uudelleen. SOK:n edustaja on vasta kolmas suomalainen, joka on valittu ICA:n maailmanhallitukseen.

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.

Sidosryhmytyön mittaaminen

Sidosryhmytyön 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 2013 mielikuva koko kaupan alan maineen ja vastuullisuuden tasosta nousi hieman verrattuna edelliseen vuoteen. Tutkimuksessa kaupan alan maineindeksi oli 57 (2012: 56). S-ryhmän maineindeksi oli puolestaan 64 (2012: 63). Toimialaan verrattuna S-ryhmän maine säilyi edelleen hyvällä tasolla. S-ryhmän vastuullisuutta kuvaava indeksi oli 33 (2012: 30), kun toimialan keskiarvo oli 25 (2012: 24).

S-ryhmän vastuullisuuskuva on siis alan keskimääräistä arvoa parempi.

Lisäksi sidosryhmytyötä mitataan toimittajille suunnatussa Taloustutkimuksen Yritysviestintätutkimuksessa. Tutkimuksen mukaan media seuraa kaupan alan yrityksistä useimmin S-ryhmän viestintää. S-ryhmän viestintää seuraa neljä viidestä kaupan alan yrityksiä arvioineesta toimittajasta. S-ryhmä sai vuonna 2013 toimialan jaetun toiseksi parhaan viestinnän yleisarvosanan, sen laskiessa hieman verrattuna edelliseen vuoteen. Tutkimuksessa oli mukana yhteensä yhdeksän kaupan alan yritystä.

Hyvinvointia osuustoiminnalla



Asiakasomistaja on osuuskaupan asiakas ja omistaja



Osuustoiminnassa omistetaan ja jaetaan hyödyt yhdessä. Asiakasomistajat, eli osuuskauppojen jäsenet omistavat S-ryhmän osuuskaupat, eikä muita omistajia ole.

Suomi on maailman osuustoiminnallisin maa, ja S-ryhmä yksi Suomen suurimmista osuuskunnista. S-ryhmän tapa toteuttaa osuustoiminnallista yritysmuotoaan on asiakasomistajuus ja toiminnan tarkoituksena on kilpailukykyisten 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 uusia toimipaikkoja tai jaetaan asiakasomistajille erilaisina etuinä, kuten Bonuksina ja maksutapaetuina. 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 kahviloissa ja ravintoloissa, hotelleissa, tavarataloissa sekä erikoisliikkeissä.

S-ryhmän osuuskauppojen jäsenmäärä kasvoi 53 798 (2012: 61 448) asiakasomistajalla vuonna 2013 ja vuoden lopussa asiakasomistajia oli yhteensä 2 109 025 (2012: 2 055 227). Suomen kotitalouksista noin 78 prosenttia (2012: 80,5 %) on asiakasomistajatalouksia.

Osuuskaupan asiakasomistajuus kannattaa

Merkittävin osuustoiminnallisen yritysmuodon mahdollistama rahallinen hyöty on osuuskauppojen palvelujen käytön kautta kertyvä ostohyöty eli Bonus. Vuonna 2013 Bonusta maksettiin yhteensä 379 miljoonaa euroa (2012: 378,5 milj. euroa), eli yli miljoona euroa jokaisena vuoden päivänä. S-Etukortilla maksamiseen perustuvaa maksutapaetua maksettiin kuusi miljoonaa euroa (2012: 5,6 milj. euroa), joka on seitsemän prosenttia enemmän kuin vuonna 2012. Asiakasomistajille on maksettu 0,5 prosentin suuruisia maksutapaetua vuodesta 2008 lähtien. Osuusmaksun korkoina maksettiin 13,2 miljoonaa euroa (2012: 12,7 milj. euroa) ja ylijäämänpalautuksena 24,7 miljoonaa euroa (2012: 22,9 milj. euroa). Yhteensä S-ryhmän asiakasomistajille maksettiin 423 miljoonaa euroa rahana maksettavia etuja, eli keskimäärin 212 euroa (2012: 207 euroa) jokaiselle asiakasomistajalle.

ASIAKASOMISTAJAT 2013

2 109 025



Vuoden 2013 lopussa oli yhteensä 2 109 025 asiakasomistajaa.

ASIAKASOMISTAJATALOUKSIA 2013

78 %

Suomen kotitalouksista 78 % on asiakasomistajatalouksia.



Asiakasomistaja on osuuskaupan asiakas ja omistaja



Asiakasomistajan vaikutusmahdollisuudet osuuskauppansa toimintaan

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

Edustajisto on osuuskaupan jäsenten keskuudestaan neljän vuoden välein vaaleilla valitsema toimielin ja verrattavissa osakeyhtiön kokoukseen. Edustajisto valitsee hallintoneuvoston jäsenet ja tilintarkastajat ja hallintoneuvosto valitsee puolestaan hallituksen jäsenet. Vuonna 2013 edustajistovaalit järjestettiin kuudessa alueosuuskaupassa: Osuuskauppa Hämeenmaassa, Osuuskauppa Keskimaassa, Satakunnan Osuuskaupassa, Koillismaan Osuuskaupassa, Etelä-Pohjanmaan Osuuskaupassa ja Kymen Seudun Osuuskaupassa.

Lisäksi asiakas voi aina antaa palautetta ja kertoa toiveensa ja kehitysehdotuksensa osuuskaupalle S-ryhmän palveluja käyttäessään. Asiakasomistajat voivat olla vuorovaikutuksessa myös monien S-ryhmän omien sähköisten kanavien kautta, ja verkossa toimivat asiakaspaneelit tarjoavat vaivattoman väylän toiminnan kehittämiseen. Asiakaspanelistiksi voi liittyä jokainen asiakasomistaja.



www.s-osuuskauppavaalit.fi

VAIKUTA ASIAKASPANEELEISSA



Lisätietoja asiasta löydät S-kanavalta

Asiakasomistaja on osuuskaupan asiakas ja omistaja



Asiakasomistaja hyötyy S-ryhmän toiminnan laajentamisesta Venäjälle ja Baltiaan

S-ryhmä toimii Suomen lisäksi Venäjällä ja Baltiassa. Koska S-ryhmä on suomalaisten asiakkaidensa omistama, osuustoiminnallinen yritysryhmä, jonka tarkoituksena on tuottaa palveluja ja etuja asiakasomistajilleen, nähdään ulkomailla toimimisen olevan ristiriidassa tämän perusajatuksen kanssa. Yleisenä käsityksenä näyttää olevan se, että S-ryhmän pitäisi ulkomaan investointien asemesta laskea hintoja tai maksaa enemmän Bonusta asiakasomistajilleen eikä laajentumisesta ulkomaille nähdä olevan mitään hyötyä asiakasomistajille.

Asiakasomistajien etu ja lähialueiden liiketoiminta eivät kuitenkaan ole toistensa vastakohtia. Kun S-ryhmä laajentuu lähialueille, kasvattaa se omaa hankintavolyymiaan, minkä johdosta kansainvälisiltä markkinoilta voi hankkia tuotteita entistä edullisemmin. Alentuneet hankintahinnat voidaan puolestaan siirtää myös Suomessa asiakkaille edullisempaan ostoskorina. Päivittäistavarakaupan kansainvälistyminen ja hankinnan merkityksen kasvu hinnoittelussa onkin tärkein tekijä sille, miksi myös S-ryhmä toimii nykyisin Venäjällä ja Baltiassa.

S-ryhmän ulkomaille suuntautuvien investointien määrä on vain viisi prosenttia kaikista S-ryhmän investoinneista, joten 95 prosenttia investoinneista suuntautuu yhä Suomeen. Lisäksi Pietarin ja Baltian liiketoiminnot sijaitsevat vuokrakohteissa, mikä tekee investoinneista verrattain kevyitä. Lähialueiden liiketoiminnan uskotaan tuottavan lähivuosina voittoa, mikä Suomeen kotiutettuna tukee entisestään pyrkimystämme tarjota asiakasomistajillemme mahdollisimman edullinen ostoskori.

S-ryhmän liiketoiminta keskittyy Venäjällä ja Baltiassa marketteihin ja hotelli- ja ravintolatoimintaan. Vuonna 2013 Pietarissa toimi kolme Sokos Hotellia ja Tallinnassa yksi. Prismoja oli yhdeksän Virossa, 17 Venäjällä, viisi Latviassa ja kolme Liettuaassa.



Katso myös video aiheesta

Asiakasomistaja on osuuskaupan asiakas ja omistaja



Asiakasomistaja- ja asiakasrekisteritiedot Omalla S-kanavalla

Lisätäkseen henkilötietoihin liittyvää avoimuutta ja läpinäkyvyyttä, julkaisi S-ryhmä vuoden 2013 loppupuolella verkkosivuillaan uuden palvelun, jonka avulla asiakas voi tarkastaa sähköisesti, mitä tietoja hänestä löytyy asiakasomistaja- ja asiakasrekisteristä. Uuden palvelun kautta kaikki asiakasomistajatalouksiin kuuluvat voivat aina halutessaan tutustua omiin S-ryhmän asiakasomistajarekisterissä oleviin tietoihinsa veloituksetta. Rekisteritietojaan pääsee tarkastelemaan siirtymällä S-kanavan Oma S-kanava-osioon ja tunnistautumalla pankkitunnuksilla tai mobiilivarmenteella. Omalta S-kanavalta löytyvät myös tiedot Bonusostoista ja rahana maksetuista eduista.

Rekisteriotteen voi tilata jatkossakin perinteiseen tapaan asioimalla henkilökohtaisesti S-ryhmän asiakaspalvelupisteessä tai lähettämällä vapaamuotoisen allekirjoitetun kirjallisen rekisteriotepyyntönsä omaan osuuskauppaan.



Vieraile omalla Omalla S-kanavalla

Paikallista hyvinvointia luomassa



S-ryhmä ja osuuskaupat edistävät alueellista 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 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. Lähes 42 000 henkilön työllistämisen kautta S-ryhmän välillinen vaikutus valtion verotuloihin on merkittävä.

Vaikka ketjutoiminta on valtakunnallisesti ohjattua, muodostuu S-ryhmä 20 itsenäisestä alueosuuskaupasta sekä SOK-yhtymästä. Näin ollen S-ryhmän maksamat verotulot jakautuvat alueellisesti. Erityisesti palkoista tehdyt ennakonpidätykset kertyvät suoraan kunnille. Verotuloilla kustannetaan suomalaisen yhteiskunnan palveluja jokaisen osuuskaupan alueella.

Paikallista taloudellista hyvinvointia luodaan myös muun muassa myymällä paikallisten tuottajien tuotteita sekä käyttämällä paikallisten yritysten palveluja esimerkiksi rakennushankkeissa. S-ryhmä investoi vuonna 2013 uusien toimipaikkojen rakentamiseen sekä vanhojen korjaamiseen ja laajentamiseen 566 miljoonaa euroa.

S-ryhmän verojalanjälki

Verojalanjäljellä tarkoitetaan yrityksen toiminnasta yhteiskunnalle kertyviä verotuloja ja veroluonteisia maksuja.

S-ryhmän verojalanjälki kuvaa Suomen valtiolle vuonna 2013 tilitettyjä veroja. Välittömien ja välillisten verojen

lisäksi S-ryhmän verojalanjäljessä on avattu henkilöstöön liittyvät veroluonteiset maksut ja työntekijöiden palkoista pidätetyt ennakonpidätykset.

Välillisiä veroja ovat muun muassa arvonlisävero sekä valmisteverot. Arvonlisävero on kulutusvero, jossa veronmaksajia ovat tavaroiden ja palveluiden lopulliset kuluttajat eli kotitaloudet. S-ryhmä tilittää arvonlisäveroa veronsaajille tavaroita ja palveluita myyvästä yrityksestä. Valmistevero on puolestaan kulutusvero, joka peritään tiettyjen tuotteiden valmistajilta, tuottajilta, maahantuojilta tai tukkuportaalta ja tilitetään veronsaajille. Valmistevero sisällytetään myytävän tuotteen hintaan, jolloin se siirtyy kuluttajan maksettavaksi.

S-ryhmän verojalanjälki vuonna 2013 oli yhteensä noin 1,57 miljardia euroa. Tästä arvonlisä-, kiinteistö- ja tulo-vero osuus oli noin 460 milj. euroa, henkilöstöön liittyvien veroluonteisten kulujen ja ennakonpidätysten määrä oli noin 520 milj. euroa ja ympäristö- ja valmisteverojen osuus oli noin 593 milj. euroa.

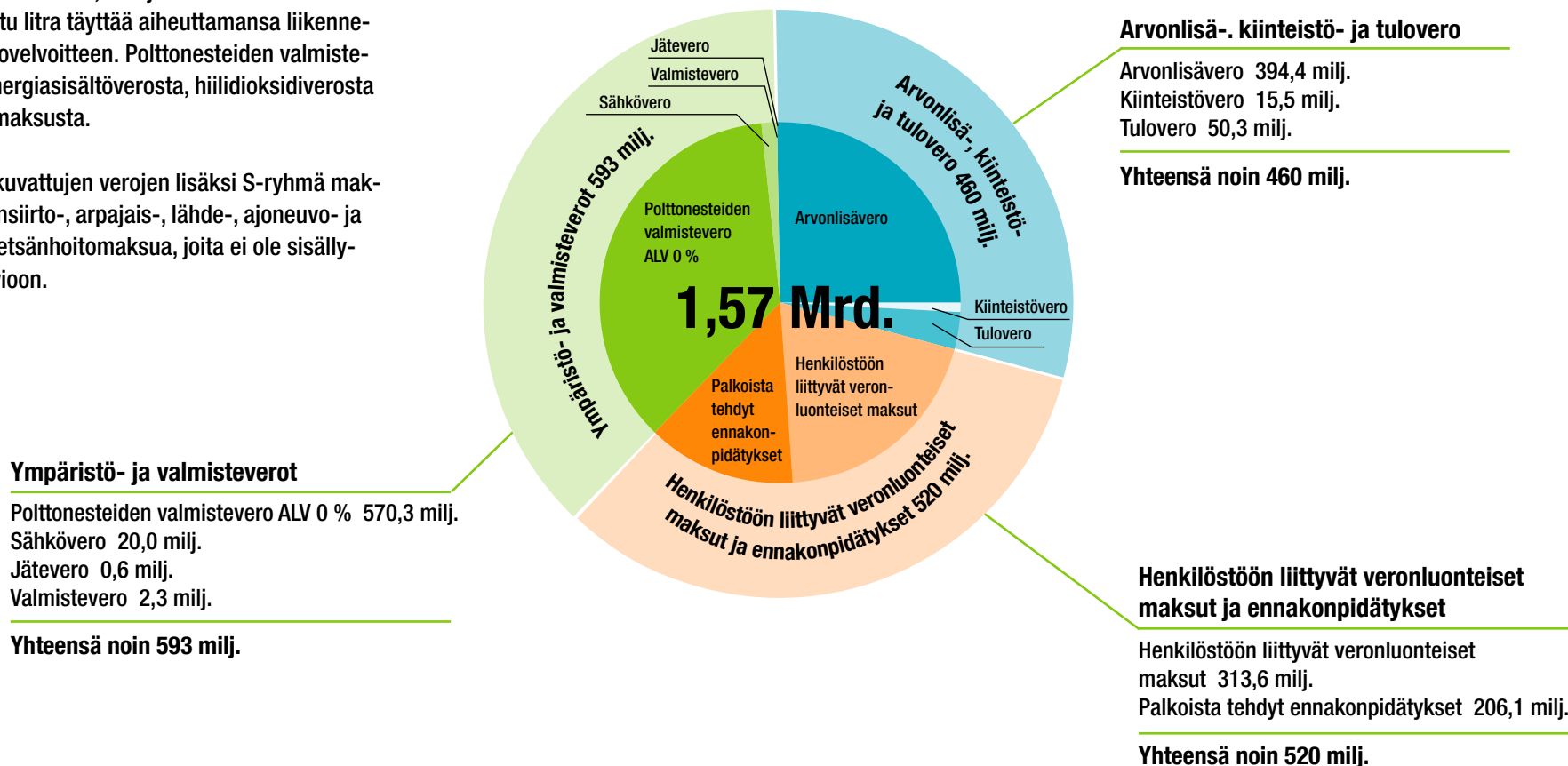
Paikallista hyvinvointia luomassa



Vuoden 2013 verojalanjälki sisältää arvonlisäveron osalta vain S-ryhmän valtiolle tilittämän osuuden. Polttonesteiden valmisteverot on laskettu valmisteverolainsäädännön mukaisesta verotaulukosta niin, että jokainen verolliseen kulutukseen toimitettu litra täyttää aiheuttamansa liikenne-polttonesteiden biovelvoitteen. Polttonesteiden valmisteverot koostuvat energiasisältöverosta, hiilidioksidiverosta ja huoltovarmuismaksusta.

Verojalanjäljessä kuvattujen verojen lisäksi S-ryhmä maksaa pankki-, varainsiirto-, arpajais-, lähde-, ajoneuvo- ja autoveroa sekä metsänhoitomaksua, joita ei ole sisällytetty oheiseen kuvioon.

S-ryhmän verojalanjälki 2013



Kattava toimipaikkaverkosto lähellä asiakasta



Haasteellisesta taloudellisesta toimintaympäristöstä huolimatta S-ryhmä uudisti ja laajensi monia olemassa olevia toimipaikkojaan vuonna 2013. Toimipaikkoja kehitetään jatkuvasti energiatehokkaammiksi ja asiakasomistajia entistä paremmin palveleviksi.

Päivittäistavarakauppaa harjoitetaan Prisma-, S-market- ja Sale- sekä Alepa-ketjuissa, ABC-liikennemyymälöissä ja ABC-Deleissä sekä Sokosten ruokakaupoissa. S-ryhmän toiminnan pääpaino on siirtynyt uusinvestoinneista jo olemassa olevien toimipaikkojen uudistamiseen ja laajentamiseen. Vuoden 2013 lopussa Suomessa oli 64 Prismaa, 437 S-marketia, 275 Salea ja 87 Alepaa. Asiakasomistajien keskimääräinen kauppamatka linnuntietä lähimpään S-ryhmän päivittäistavarakauppaan oli vuonna 2013 ainoastaan 2,4 kilometriä.

S-ryhmässä käyttötavarakauppaa harjoittavat Prisma-, Sokos-, Emotion-, Kodin Terra - ja S-Rauta-ketjut. Lisäksi käyttötavaraa myyvät S-marketit, Salet ja ABC-liikennemyymälät. Kuudella paikkakunnalla toimii myös Pukumies-ketju. Vuoden 2013 lopussa Sokos-tavarataloja oli 22, Emotion-myymlöitä 36, Kodin Terroja 11 ja S-Rautoja 14. ABC-ketjun verkosto kasvoi vuoden 2013 aikana viidellä liikennemyymälällä ja 12 automaattiasemalla. Vuoden 2013 lopussa ABC-liikennemyymälöitä oli 106 ja ABC-automaatteja 309. Lisäksi pääkaupunkiseudulla oli 16 ABC Deliä sekä Lohjalla ja Sipoossa ABC Grillimarket.

Sokos Hotels -ketjuun kuului viime vuoden lopussa 47 ja Radisson Blu -ketjuun seitsemän hotellia Suomessa.

Vuoden 2013 lopussa valtakunnallisia S-ryhmän ravintola-ketjuja oli 15 ja niihin kuului 343 ravintolaa. Kaikkiaan ravintoloita on noin 630. ABC-ketjun ravintolat mukaan lukien S-ryhmällä on 760 ravintolaa.

SOK päätti luopua omasta autokaupastaan vuonna 2013 ja kuusi Automaa-autotaloa myytiin Veljekset Laakkonen Oy:lle. S-ryhmässä autokauppaliiketoimintaa harjoittaa edelleen 11 alueosuuskauppaa.

Hankkija-Maatalous Oy:n osake-enemmistö myytiin tanskalaiselle DLA:lle vuoden 2013 alussa. Agrimarket- ja Multasormi-ketjut jatkoivat kuitenkin entiseen tapaan toimintaansa. Maatalouskauppaa harjoittavat myös kolme alueosuuskauppaa: Etelä-Pohjanmaan Osuuskauppa, Kymen Seudun Osuuskauppa ja Suur-Seudun Osuuskauppa.

KAUPPAMATKA LINNUNTIETÄ **2,4 km**
Asiakasomistajan keskimääräinen kauppamatka linnuntietä lähimpään S-ryhmän päivittäistavarakauppaan vuonna 2013.

Kattava toimipaikkaverkosto lähellä asiakasta



Vuoden 2013 lopussa S-Pankki palveli noin 130:ssä täyden palvelun asiakaspalvelupisteessä (Prismat, useimmat Sokokset ja valikoidut S-marketit). Lisäksi pankkipalveluiden hoitaminen onnistui lähes 600 asiointipisteessä lomakkeen avulla. S-Pankin palvelut olivat siis asiakasomistajien käytössä yhteensä yli 700:ssä 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-Pankin ja LähiTapiola Pankin fuusio varmistui vuoden 2013 lopulla. Pankit yhdistyivät uudeksi S-Pankiksi 1.5.2014 ja tämän myötä palveluverkosto laajeni entisestään. Vapusta 2014 alkaen S-Pankki-asioita on voinut hoitaa myös noin 60:ssä LähiTapiolan toimipisteessä.

S-Pankki osti elokuussa 2013 osake-enemmistön sijoituspalvelutalo FIMistä. Kaupan myötä S-Pankin tuotevalikoima laajeni rahastosäästämiseen ja varainhoitoon.

Vuonna 2013 S-ryhmällä oli yhteensä 1 646 toimipaikkaa, joista Suomessa 1 608.

Monikanavaista palveluntarjontaa

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

Syksyllä 2012 avatun Prismen verkkokaupan ensimmäinen toimintavuosi osoitti, että sen tarjonta koetaan vetovoimaiseksi myös verkossa. Viime vuonna verkkokaupan valikoimiin tuli uusia tuoteryhmiä muun muassa urheilun ja kodin osalta. Aiemmin kauneuteen keskittynyt Sokos.fi laajeni myös pukeutumisen ja kodin tuotealueille. Kodin Terran pihatuotteisiin erikoistunut verkkokauppa kehittyi vuonna 2013.

Ruokakauppaan liittyvien verkko- ja mobiilipalvelujen kehittäjänä S-ryhmä kulkee suomalaisen ruokakaupan kärjessä. S-ryhmän ruoan verkkokauppaa on harjoitettu tähän mennessä pääkaupunkiseudulla, Kuopiossa ja Oulussa. Toimintaa on tarkoitus laajentaa myös muun muassa Tampereelle ja Lahteen. Vuonna 2010 lanseerattua Foodie.fi-palvelulla on jo noin 180 000 rekisteröityä käyttäjää. Palvelun avulla asiakkaat voivat muun muassa seurata hintatietoja, sillä palvelusta löytyy täydelliset hinta- ja valikoimatiedot kaikista S-ryhmän päivittäistavaramyymälöistä. Tällainen ruokakaupan läpinäkyvyys on harvinaista jopa maailmanlaajuisesti.

TOIMIPAIKKOJA

1 646



Vuoden 2013 lopussa oli 1 646 S-ryhmän toimipaikkaa (sis.Baltia ja Venäjä).

Monenlaista toimintaa vastuullisuusyhteistyön kautta



S-ryhmän vastuullisuusyhteistyö jakaantuu kulttuuriin, urheiluun ja yhteiskunnalliseen toimintaan. Vuonna 2013 tukea annettiin noin kuusi miljoonaa euroa, josta noin puolet ohjattiin urheiluun, 35 prosenttia yhteiskunnalliseen toimintaan ja 15 prosenttia kulttuuriin.

S-ryhmä tukee monipuolisesti asiakasomistajia kiinnostavia kulttuurin ja viihteen kohteita. Korkeakulttuurin tukemisen piiristä on siirrytty lähemmäs tavallista kulttuurinkuluttajaa palvelevaa tarjontaa. Jatkossa yksittäisiä tapah-
tumuja tuetaan S-ryhmätasoisesti vain, jos ne ovat valtakunnallisesti kattavia ja potentiaalisesti kaikki suomalaiset tavoittavia laajoja tapahtumia. Lisäksi asiakasomistajien hyödynnettävissä olevan edun on oltava merkittävä. Urheiluun liittyvän tuen painopiste on vahvasti 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, eli Ässäkenttien rakentamiseen eri puolille Suomea. Vuonna 2013 Ässäkenttien määrä kasvoi 14 kappaleella ja kolmen kuluneen yhteistyövuoden aikana on valmistunut yhteensä 33 Ässäkenttää. Koulujen pihoilla olevat lähiliikuntapaikat ovat kaikille alueen perheille saavutettavissa, sillä kentän käyttöön ei liity vuorovaruksia tai maksuja.

Uutena osana S-ryhmän vastuullisuustoimintaa on osallistuminen uuden lastensairaalan rakentamiseen. S-ryhmä päätti lahjoittaa miljoona euroa uudelle Helsinkiin rakennettavalle ja koko Suomea palvelevalle lastensairaallalle. Merkittävän lahjoituksen ansiosta S-ryhmä kuuluu myös uuden lastensairaalan perustajalahjoittajiin. Lahjoituksen lisäksi S-ryhmä haastoi kaikki kaksi miljoonaa asiakasomistajaansa mukaan keräystalkoisiin.

S-ryhmä on ollut jo vuodesta 2003 lähtien 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. Yhteistyön teemana on Arjen turvallisuus. S-ryhmä on myös mukana Nälkäpäiväkeräyksessä ja Punaisen Ristin viikossa ja tarjoaa järjestölle näkyvyyttä S-ryhmän medioissa ja toimipaikoissa.

”Olemme rakentamassa Suomeen maailman parasta lastensairaala kaikkien sitä tarvitseville lapsille ja heidän auttajilleen. Näihin talkoisiin tarvitsemme mukaan kaikki suomalaiset, rakentamaan yhdessä tulevaisuutta ja takaamaan tulevillekin sukupolville tasa-arvoisen ja ensiluokkaisen sairaanhoidon ja siihen tarvittavat puitteet. Maamme 20 alueosuuskauppaa ja SOK-yhtymä ovat lähellä ihmisten arkea ja juhlaa. Yhdessä voimme kutsua ihmiset ympäri Suomen mukaan talkoisiin ja mahdollistaa heidän osallistumisensa.”

Anne Berner, puheenjohtaja Uusi Lastensairaala tukiyhdistys 2017 ry ja Säätiö Uuden Lastensairaalan tuki

Monenlaista toimintaa vastuullisuusyhteistyön kautta



Mannerheimin Lastensuojeluliitto on ollut S-ryhmän valtakunnallinen yhteistyökumppani vuodesta 2004 alkaen. S-ryhmän avustuksella MLL on kehittänyt vanhemmuuden tuen malleja, kuten Vanhempainnetin ja -puhelimen 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 60 269 Hyvä alku koulutielle -pussia. S-ryhmä tukee myös MLL:n verkkonuorisotyötä, jolla pyritään kiusaamisen vähentämiseen.

S-ryhmän perinteiset joululahjoitukset ohjattiin vuonna 2013 Suomen ja Syyrian lapsille ja nuorille. SOK:n hallinto-neuvosto myönsi yhteensä 25 000 euron joululahjoituksen lasten ja nuorten kanssa toimiville järjestöille. Avustusten pääpaino oli erityisesti nuorten syrjäytymisen ehkäisyyn tarkoitettussa harrastetoiminnassa sekä niiden lapsiperheiden tukemisessa, joissa lapsi tai vanhempi on sairastunut. Syrjäytymisen ehkäisyssä jatkettiin Pelastakaa Lapset ry:n toiminnan tukemista ja uudeksi tukikohteeksi tuli Tuki-kummit-säätiö. Merkittävä osa S-ryhmän joululahjoituksista ohjattiin terveysalan järjestöille. S-ryhmän uudeksi tukikohteeksi tuli Munuais- ja maksaliitto ry ja Sairaalaklovnit ry:n sairaalaklovnitoiminnan tukemista jatkettiin. Uusia tukikohteita olivat myös Suomen ympäristökasvatuksen

Vihreä lippu -hanke, jossa edistetään päiväkotien ja koulujen kestävästä kehitystä sekä Suomen Lions-liiton nuorten Skeba -bändiskaba 2014 -kilpailu. Kotimaan tuen lisäksi S-ryhmä tukee Kirkon Ulkomaanavun kautta Syyrian sodan pakolaisia kolmella pakolaisleirillä.

Suomen Luisteluliiton Ice Skating Tourin kanssa tehty yhteistyö keräsi yli 50:een eri puolilla maata pidettyyn tapahtumapäivään noin 31 000 luistelijaa. Suomen luisteluliitto tuo ilmaiseen tapahtumaan luisteluvälineet niille osallis-tujille, joilla ei ole omia välineitä. Tapahtuma on usealla paikkakunnalla talven suurin liikuntatapahtuma.

S-ryhmä haluaa tarjota asiakasomistajilleen etuja, jotka kannustavat monipuoliseen kulttuurin kuluttamiseen. Perheet ovatkin löytäneet hyvin muun muassa Naantalín Muumimaailman sekä Linnanmäen huvipuiston.

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

S-RYHMÄN VASTUULLISUUSYHTEISTYÖ



S-ryhmä jakaa vastuullisuusyhteistyönsä kulttuuriin, urheiluun ja yhteiskunnalliseen toimintaan.

Monenlaista toimintaa vastuullisuusyhteistyön kautta



ABC kohtaa nuoria

Nuorten palvelu ry ja ABC-ketju toteuttivat nelivuotisen ABC kohtaa nuoria -hankkeen. Hankkeen tavoitteena oli lisätä ABC-liikennemyymälöiden henkilöstön osaamista kohdata nuoria osana jokapäiväistä työtään. Hankkeen tuloksena syntyikin paljon toimintamalleja ja materiaaleja, kuten jokaiselle ABC-liikennemyymälässä työskentelevälle henkilölle jaettava ABC kohtaa nuoria -opas, nuorten pelisääntömateriaali ja henkilöstön koulutuskokonaisuudet, joita on kehitetty ja kokeiltu hankkeen viidessätoista pilotti-liikennemyymälässä.

Hankkeessa saatiin myös arvokasta tietoa ja kokemusta nuorisokasvatuksen tueksi kaupallisissa tiloissa. Nuoret oleskelevat yhä enemmän kaupallisissa tiloissa perinteisten nuorisotilojen sijaan ja haluavat tulla kohdelluiksi tasavertaisesti ja yksilöllisesti. Nuoret olivat mukana miettimässä hyviä pelisääntöjä asiakaspalvelutilanteiden haasteisiin ja samalla he tulivat työntekijöiden kanssa tutuiksi. Tämän myötä vuorovaikutus ja keskustelukulttuuri henkilökunnan ja nuorten välillä parantui ABC-liikennemyymälöissä. Nuorten asiakaskohtelukokemuksen parantuminen on vaikuttanut myös positiivisella tavalla henkilökunnan hyvinvointiin ja työssä jaksamiseen.

Hankkeen aikana luotiin myös paikkakuntakohtaisia yhteistyöverkostoja, jotka kokosivat nuorten kanssa työskentelevät ammattilaiset säännöllisesti saman pöydän ääreen ABC:lle. Joissakin verkostoissa mukana oli myös nuoria tai heidän vanhempiaan.

Sen lisäksi, että hankkeessa tuotettua tietoa ja koulutusmateriaalia aiotaan hyödyntää hyvin S-ryhmässä, pyritään yhteistyön kautta syntyviä monenlaisia yhteistyömalleja hyödyntämään myös muilla sektoreilla.

"Hanke kohtasi toimintansa aikana monia mielenkiintoisia ja ajankohtaisia nuorisokulttuurin ilmentymiä ja hyvinkin erilaisia paikallisesti vaihtelevia toimintaympäristöjä ja vuorovaikutusilmapiirejä. Erityisesti pienemmillä paikkakunnilla ABC:n rooli nuorten keskuudessa on merkittävä. Kuten eräs vanhempi tilannetta kuvasi: 'Se vaikuttaa koko paikkakunnan nuorisoon, miten ABC:llä kohdellaan nuoria.'"

Henriikka Strengell ja Mikko Leppävuori, ABC kohtaa nuoria -hankkeen työntekijät



Tutustu ABC kohtaa nuoria -oppaaseen (PDF)

Monenlaista toimintaa vastuullisuusyhteistyön kautta



Fransmanni-ravintolat jatkoivat vuonna 2011 aloittamaan 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 kummiluokkansa, jonka tapasankarivalmentajana ravintolan henkilökunta toimii. Lisäksi Fransmanni-ravintoloissa on saatavilla Ruokalistalla hyvät tavat -kirjasia, jotka opastavat helposti kenet tahansa hyvien tapojen maailmaan.



Testaa, miten hyvin sinulta onnistuvat hyvät tavat

Perinteiseen Suomen UNICEFin Jano-kampanjaan osallistui vuonna 2013 yli 420 ravintolaa ympäri Suomea. S-ryhmän ravintoloita oli mukana 196. Ravintoloissa Jano-kampanjan ideana on, että ravintoloiden asiakkaat voivat laskun maksun yhteydessä tehdä lahjoituksen UNICEFin vesiohjelmiin. S-ryhmän ravintoloiden asiakkaat osallistuvat ahkerasti kampanjaan ja eniten lahjoituksia keräsi jo kolmatta vuotta peräkkäin S-ryhmän ravintola. Kampanjan aikana kerättiin yhteensä 240 000 euroa ja tuotto käytettiin Syyrian kriisin keskellä elävien lasten auttamiseksi.

"Yhteistyö S-ryhmän kanssa on mahdollistanut UNICEFin Jano-kampanjalle laajan näkyvyyden, ja S-ryhmän ravintolat ovat hienosti keränneet puolet Janon ravintolakeräyksen tuotoista. Varojen avulla UNICEF on voinut toimittaa puhdasta vettä ja sanitaatiotarvikkeita kehitysmaiden lapsille, ja voin vakuuttaa, että jokainen euro on tullut tarpeeseen."

Hannele Pulliainen, varainhankinnan päällikkö, Suomen UNICEF

S-ryhmä tukee Itämeren suojelua ympäristöjärjestö WWF:n Operaatio Merenneito -hankkeen kautta. Jokaisesta S-ryhmän oman We Care Icon -kosmetiikkasarjan myydyistä tuotteista lahjoitetaan viisi senttiä hankkeeseen Itämeren hyväksi.

Vastuullisuusyhteistyötä harjoitetaan myös alueellisesti ja osuuskaupat tukevatkin laajasti paikallista toimintaa. Esimerkiksi Kannustajat-konsepti mahdollistaa osuuskaupoille nuorten ja lasten harrastustoiminnan tukemisen läpinäkyvästi. Asiakasomistajat voivat liittyä Kannustajiksi 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.

Kannustajat

Mitä enemmän Kannustajia on, ja mitä enemmän he saavat Bonusta itselleen, sitä suuremmaksi tukipotti voi kasvaa. Tukisumma ei pienennä asiakasomistajien omia Bonuksia, vaan osuuskaupat maksavat tuet. Vuonna 2013 Kannustajat-konseptia toteuttivat Osuuskauppa KPO, Osuuskauppa Hämeenmaa, Osuuskauppa Suur-Savo, Osuuskauppa Arina, Satakunnan Osuuskauppa ja Osuuskauppa Keula.

Henkilöstön hyvinvointi ja motivaatio



Osaava henkilöstö



S-ryhmä haluaa olla palvelualan halutuin työnantaja, jonka palveluksessa osaava ja motivoitunut henkilöstö työskentelee tavoitteiden ja menestyksen eteen. Ammattitaitoinen henkilöstö on avain S-ryhmän menestykseen palvelu- ja kaupan alojen nopeassa muutoksessa.

Tulevaisuudessa verkon merkitys kasvaa edelleen niin kauppapaikkana kuin ostopäätöstä tukevan tiedon lähteenä, ja asiakkaat odottavat entistä parempaa palvelua. Nämä kaupan ja palvelualan toimintaympäristön globaalit, merkittävät muutostrendit asettavat uusia vaatimuksia myös S-ryhmän henkilöstölle.

Kehitys edellyttää työntekijöiltä ja esimiehiltä monipuolista, ja osittain myös uutta osaamista. Asiakastilanteissa korostuvat henkilöstön myynti-, vuorovaikutus- ja asiakaspalvelutaidot. Esimiesten pitää puolestaan olla tiiviisti läsnä myynnin etulinjassa, arvioida työryhmän osaamista sekä hallita tuloksen tekemisen kokonaisuus.

S-ryhmä haluaa tukea työurien pidentämistä. S-ryhmän henkilöstötyössä nuorten työelämän ja palvelualalle kiinnittymisen eteen on työskennelty usean vuoden ajan. Huomiota on kiinnitetty työntekijöiden osaamiseen, työkykyyn ja sitoutumiseen S-ryhmään. Myös väestönkasvu ja ikääntyminen ovat globaaleja tulevaisuuden haasteita. Suomessa erityisesti väestön ikääntyminen tulee aiheuttamaan pulaa osaavista palvelualan työntekijöistä eläköitymisen myötä.

S-ryhmässä henkilöstötyön johtaminen perustuu S-ryhmän arvoihin ja vastuullisuusperiaatteisiin, ja henkilöstöstrategia antaa lähtökohdat henkilöstötyölle. Henkilöstötyön ryhmätasoisista ohjausmallia toteutetaan sekä keskitetysti että hajautetusti. S-ryhmän henkilöstötyön asiantuntijat muodostavat verkoston, jonka puitteissa he jakavat osaamista, tietoa ja parhaita käytäntöjä.

Kaupan murrosvuosi heijastui myös henkilöstöön

S-ryhmä on suuri suomalainen työnantaja. Sen palveluksessa työskentelee noin 42 000 (2012: 43 000) kaupan ja palvelualojen ammattilaista. Valtaosa s-ryhmäläisistä työskentelee 20 alueosuuskaupassa. Keskusliike SOK tytär- ja osakkuusyhtiöineen työllistää noin 9 600 (2012: 11 000) henkilöä. Lisäksi S-ryhmän palveluksessa Venäjällä ja Baltiassa työskentelee jo noin 4 000 (2012: 3 800) s-ryhmäläistä.

Vuonna 2013 S-ryhmän työntekijöiden määrä laski ensimmäistä kertaa vuosiin: viimeisen parinkymmenen vuoden

aikana S-ryhmän henkilöstömäärä on kasvanut vuosittain. Vuosi 2013 oli koko kaupan alalle vaikea Suomessa. S-ryhmä selvisi haasteista olosuhteisiin nähden hyvin: toimintaa sopeutettiin muuttuneeseen toimintaympäristöön monin eri tavoin eikä osuuskaupoissa jouduttu turvautumaan laajoihin lomautuksiin tai irtisanomisiin. Suurin osa henkilöstömäärän vähentymisestä johtui liiketoiminnan uudelleenjärjestelyistä: esimerkiksi SOK luopui auto- ja maatalouskaupan liiketoiminnoista.

Kaupan murros ja siitä johtuvat tehostamistarpeet johtivat kuitenkin myös henkilöstön vähennyksiin joissakin S-ryhmän yrityksissä. Esimerkiksi S-ryhmän yrityksille hankinta-, asiantuntija- ja tukipalveluita tuottavassa SOK:ssa käynnistettiin vuoden 2013 aikana mittava tehostamisohjelma, jonka tavoitteena on saavuttaa 50 miljoonan euron säästöt vuoden 2015 loppuun mennessä muuttamalla toimintatapoja ja karsimalla kuluja. Muun muassa SOK:n tuottamia palveluita organisoitiin uudelleen. Yhteistoimintaneuvotteluiden jälkeen tehtyjen päätösten mukaisesti henkilöstöä vähennetään SOK:lla vuoden 2014 loppuun mennessä enintään 240 henkilöllä.

Osaava henkilöstö

Työvuorosuunnittelua keskitetysti

S-ryhmä tarjoaa monipuolisia työtehtäviä ja uramahdollisuuksia, kaikkiaan S-ryhmästä löytyy yli 240 erilaista työnimikettä. S-ryhmässä työntekijöiden keski-ikä on 35 vuotta ja suurin osa, 73 prosenttia (2012: 75 %) työntekijöistä on palvelualoille tyypillisesti naisia. Yli 86 (2012: 86 %) prosenttia työskentelee vakituisessa työsuhteessa.

Osa-aikatyö on kaupan ja palvelualoilla yleistä. Vuonna 2013 noin 61 prosenttia (2012: 61 %) S-ryhmän työntekijöistä oli osa-aikaisessa työsuhteessa. Heistä 62 prosentilla sopimuksen mukainen työaika on vähintään 80 prosenttia kokoajan työntekijän työajasta. Esimerkiksi kaupan alalla valtaosalla on vähintään 30 tunnin viikkotyösopimus. Kokoajan työntekijöiden määrää pyritään jatkuvasti lisäämään erilaisin järjestelyin, muun muassa tarjoamalla osa-aikaisille työntekijöille lisätöitä. Esimerkiksi lisävuoroja työntekijöille välittävästä Tempus-järjestelmästä lähti vuoden 2013 aikana noin 83 000 tekstiviestitarjousta lisävuoroista kiinnostuneille työntekijöille. Tempus oli vuonna 2013 käytössä 17 S-ryhmän yrityksessä: 16 alueosuuskaupassa sekä Sokoteli Oy:ssä. Kesällä osa-aikaisille työntekijöille tarjotaan runsaasti lisätunteja.

Yksi tärkeimmistä vuoden 2013 henkilöstötyön kehityshankkeista liittyi työvuorosuunnittelun uudistamiseen. S-ryhmässä pyritään tulevaisuudessa entistä keskitetym-
pään työvuorosuunnitteluun ja työvuoroja suunnitellaan nykyistä suuremmille kokonaisuuksille, esimerkiksi useammalle yksikölle kerrallaan. Kun työntekijät työskentelevät joustavasti useammassa yksikössä, voimme tarjota esimerkiksi osa-aikaisille työntekijöille lisää tunteja muista yksiköistä.

Työvuorosuunnittelun tueksi kehitetään uutta järjestelmää. Jo käytössä olevat järjestelmät, kuten Tempus ja 12 osuuskaupassa (2012: 5) käytössä oleva henkilökunnan oma Dooris-sovellus, ovat osa uutta työvuorosuunnittelua. Dooriksen kautta henkilöstö voi halutessaan hoitaa omia työvuoroihin ja työsuhteeseen liittyviä asioitaan kotikoneensa tai kännykkänsä kautta.

S-RYHMÄN TYÖNTEKIJÄT 2013

35 v. Keski-ikä



Noin **28 %** Alle 25-vuotiaita

Naisia 73 %
Miehiä 27%



86 % Vakituisessa työsuhteessa

Koko-aikainen 39 %
Osa-aikainen 61 %



Kokoajan osuus henkilöstöstä

Osaava henkilöstö

Osaajat oikeaan paikkaan

Työvuorosuunnittelun uudistamisen tavoitteena on myös parantaa asiakaspalvelua ja varmistaa, että paikalla on aina tarvittava määrä osaavaa ja ammattitaitoista henkilöstöä palvelemaan asiakkaitamme. Tämä edellyttää esimiehiltä henkilöstön osaamisen tunnistamista ja tarvittaessa osaamisen kehittämistä. Työryhmäkohtaiset osaamiskeskustelut ja henkilökohtaista osaamista arvioivat kehityskeskustelut ovat S-ryhmässä arkipäivää. S-ryhmässä henkilöstöä kannustetaan itsensä kehittämiseen ja osaamisen monipuolistamiseen.

Osaamisen kehittämisen dynamona toimii Jollas Instituutti, joka kouluttamisen ja valmentamisen ohella toimii yhä voimakkaammin S-ryhmän liiketoiminnan kehittämisen kumppanina. Vuonna 2013 noin 19 300 (2012: 20 700) s-ryhmäläistä osallistui Jollas Instituutin, ryhmän oman oppimis- ja valmennuskeskuksen, valmennuksiin ja valmennuspäiviä kertyi kaikkiaan 1 718 (2012: 1 778). Instituutti järjestää yhä enemmän koulutuksia myös verkossa, mikä säästää alueosuuskauppojen henkilöstön aikaa ja muita resursseja. Vuonna 2013 suoritettiin yhteensä 19 171 (2012: 16 000) kappaletta verkkokoulutuksia.



JOLLAS-INSTITUUTTI JA S-RYHMÄLÄISET 2013

1 718 Valmennuspäivää

19 300 Osallistujaa

Vuonna 2013 Jollas Instituutti järjesti 1 718 valmennuspäivää, joihin osallistui 19 300 s-ryhmäläistä.

Osaava henkilöstö



Hyvinvointia uran kaikissa vaiheissa

S-ryhmässä henkilöstön työhyvinvointia ja työkykyä edistetään työuran kaikissa vaiheissa perehdytyksestä työeläkkeelle. S-ryhmäläisten työkykyä rakennetaan yhteisen työkyvyn johtamisen mallin ja siihen liittyvien toimintamallien avulla. Vuonna 2013 työkyvyn johtamisen juurruttamista osaksi arkea jatkettiin S-ryhmän eri yrityksissä. Vuonna 2013 päivitettiin myös varhaisen tuen ohjeistus, jonka avulla orastavat työkykyyn vaikuttavat asiat havaitaan ajoissa, ja niihin puututaan jo varhaisessa vaiheessa.

Hyvä esimies on avainasemassa niin työkyvyn ja työhyvinvoinnin ylläpitämisessä kuin työtulosten aikaansaamisessa. Esimiehiä ja johtamista kehitetään S-ryhmässä jatkuvasti. Tukena esimiehellä ovat yrityksen henkilöstötyön ammattilaiset sekä työterveyshuolto. Tiedonkulkuun yksiköiden, henkilöstötoimintojen ja työterveyshuollon välillä panostetaan ja sitä kehitetään.

Osatyökykyiset työssä

Etelä-Pohjanmaan Osuuskauppa on mukana pilotoimassa Sosiaali- ja terveysministeriön Osatyökykyiset työssä -ohjelmaa. Kolmivuotinen ohjelma (2013–2015) tarjoaa tukea ja välineitä osatyökykyisten työssä jatkamiseen ja työllistymiseen. Ohjelma koskee sekä työelämässä että työelämän ulkopuolella olevia osatyökykyisiä.

Tavoitteena on kehittää osatyökykyisten työssä pysymisen edistämiseen liittyviä toimintatapoja ja tiivistää työskentelyä yhteistyötahojen kanssa. Osuuskaupassa laaditaan yhteiset toimintamallit ja pelisäännöt työntekijöiden työkyvyn parantamiseksi, minkä lisäksi vaikutetaan rakentavasti asenteisiin ja työkykyjohtamisen kulttuuriin.

Osatyökykyisen tueksi nimetään Osuuskaupasta työkykykoordinaattori, joka suunnittelee ja räätälöi eri keinoista, etuuksista ja palveluista osatyökykyisen tarpeiden mukaisen kokonaisuuden.

Pilotin avulla pyritään testaamaan ja kehittämään toimintakonseptia ja työkykykoordinaattoriin perustuvaa toimintamallia erityyppisissä organisaatioissa, tunnistamaan eri keinojen ja palvelujen käyttöön ja yhdistämiseen liittyviä haasteita sekä etsimään niihin uusia ratkaisuja.

Osaava henkilöstö



Haluttu työnantaja

S-ryhmän yksiköissä seurataan ja mitataan työtyytyväisyyttä säännöllisesti työyhteisötutkimusten avulla. Vuonna 2013 S-ryhmän työyhteisötutkimuksen vastausprosentti oli 85,8. Tutkimuksen mukaan S-ryhmän henkilöstön työtyytyväisyys oli erinomainen verrattuna muihin suomalaisiin yrityksiin.

Vaikka työyhteisötutkimuksen tulokset vaihtelevat eri yksiköissä ja osuuskaupoissa, kokonaisuutena S-ryhmän vahvuuksiksi nousivat työnhallinta ja esimiestyö. S-ryhmän henkilöstö tietää, mitä heiltä odotetaan ja kokee, että toimintaa ohjaavat selkeät tavoitteet. S-ryhmän kokonaistulosten mukaan kehitettävää on muun muassa byrokratian vähentämisessä ja vastuualueiden selkeyttämisessä.

Esimiestyö saa kiitosta monella tasolla: työntekijät muun muassa kokevat, että heihin luotetaan ja esimiehet antavat tunnustusta hyvistä työsuorituksista. Henkilöstön mielestä S-ryhmällä on myös hyvä työnantajakuva, arvot ohjaavat toimintaa ja yrityksen palvelut koetaan korkealaatuiseksi.

S-ryhmä haluaa kertoa henkilöstön työssä viihtymisestä myös mahdollisille uusille työntekijöille. Työnantajavies-tinnän teema on ”Meillä töissä”, jonka mukaisesti s-ryhmäläiset itse kertovat työnhakijalle, mikä saa heidät viihtymään työssään. Rekrytoinnissa panostetaan jatkossa entistä enemmän myös sosiaaliseen mediaan.



S-ryhmässä henkilöstöä palkitaan hyvistä työsuorituksista. Valtaosa työntekijöistä on tulospalkkauksen piirissä. Tämän lisäksi kehitetään muun muassa myynnin johtamisen tueksi erilaisia suorituksen johtamista tukevia palkitsemismalleja, joilla henkilöstöä palkitaan tiimi-

tai henkilökohtaisesti huippusuorituksista tulospakkausta nopeammin. Henkilöstöedut ovat kokonaisuudessaan hyvät: ostoetujen lisäksi niitä ovat muun muassa erilaiset liikunta- ja kulttuuriedut.

Palveluala tutuksi nuorille

S-ryhmä on yksi nuoria eniten työllistävästä yritysryhmistä 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, mutta 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 2013 kisat järjestettiin Joensuuissa, ja Pohjois-Karjalan Osuuskauppa sekä Jollas Instituutin ammattilaiset olivat tuomareina useissa lajeissa.

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

S-ryhmä osallistui vuonna 2013 TAT:n koordinoimaan eri paikkakunnilla järjestettävään Yrityskylä-oppimisympäristöön. Yrityskylä on kuudesluokkalaisille suunnattu opintokokonaisuus, jossa oppilaat pääsevät elämään päivän

aikuisten roolissa ja oppimaan, miten yhteiskunta ja yrittäjä 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 veroja sekä toimii kuluttajana ja kansalaisena osana yhteiskuntaa. Yrityskylässä on S-market, jossa koululaiset toimivat sekä työntekijöinä että asiakkaina.

Vuonna 2013 S-ryhmässä työskenteli lähes 7 000 (2012: 7 000) kesätyöntekijää ja ensiaskeleita työelämään otti 6 000 (2012: 5 000) Tutustu työelämään ja tienaa -kesäharjoittelijaa. Pitkin vuotta S-ryhmä tarjosi tuhan-sia työelämään tutustumis-, taksvärkki-, työharjoittelu- ja työssäoppimispaikkoja koululaisille ja ammattiin opiskeleville.

Tulevaisuuden kykyjä ja esimiehiä S-ryhmä valmentaa omien rekrytoivien koulutusohjelmien, S-Traineen ja S-Päällikön, kautta. Uusia koulutusohjelmia ei aloitettu viime vuonna, sillä ohjelmia jatkokehitetään vastaamaan yhä paremmin muuttuvan toimintaympäristön haasteita.

NUORIA TYÖNTEKIJÖITÄ 2013

Lähes **7 000**



Kesätyöntekijää

5 000



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. Tapaturmavakuutusyhtiöiden kanssa toteutetaan aktiivista yhteistyötä alan parhaiden toimintatapojen käyttöönottamiseksi.

S-ryhmän toimipisteiden turvallisuutta seurataan omavalvonnalla ja ulkopuolisilla tarkastuksilla.

Yhteensä 755:llä S-ryhmän toimipaikalla (2012: 751) on Kaupan liiton myöntämä Turvasuojattu merkintä. Merkin saavuttamiseksi on toimipaikan läpäistävä 34-kohtainen vaatimusluettelo, joka pitää sisällään palo-, rikos-, henkilö-, toimitila- ja tietoturvallisuuteen liittyviä näkökohtia. Vakuutusyhtiöt tarkastavat puolestaan S-ryhmän kaikkien toimipisteiden turvallisuuden joka kolmas vuosi.

Viime vuonna S-ryhmässä sattui 2 576 työtapaturmaa (2012: 2 799), tapaturmataajuuden ollen 38 työtapaturmaa miljoonaa työtuntia kohden (2012: 39). Näistä tapaturmistta 81 prosenttia tapahtui työssä (2012: 80 %) ja loput 19 prosenttia työmatkoilla (2012: 20 %). 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 3,7 prosenttia (2012: 4,4 %).

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 asiakkaiden kohtaamiseen. Viime vuonna Turvapassin hankki yhteensä 2 700 s-ryhmäläistä (2012: 3 461). Kaikkiaan Turvapassikoulutuksen käyneiden määrä on jo 24 106 (2012: 21 406). S-ryhmässä on järjestetty myös ensiapukoulutusta, johon

24 106

Turvapassia



Jo 24 106 s-ryhmäläistä on käynyt Turvapassikoulutuksen

755

Turvasuojattu-merkintää



Yhteensä 755 S-ryhmän toimipaikalla turvasuojattu-merkintä.

viime vuonna osallistui 330 henkilöä (2012: 272). Ensiapukertauskoulutuksen on suorittanut yhteensä 2 063 s-ryhmäläistä (2012: 1 733). Turvapassin lisäksi henkilöstön turvallisuusosaamista lisätään S-ryhmän omissa sisäisissä valmennuksissa sekä henkilöstölle suunnattujen verkkooppimaisaineistojen avulla.

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

Vastuulliset tuotteet ja palvelut



Vastuullisen hankinnan kehittäminen



S-ryhmä vastaa valikoimissaan olevista tuotteista kahdelle miljoonalle asiakasomistajalleen. Hankintatoimintaan sisältyy lukuisia vastuullisuuslinjauksia. Näitä ovat muun muassa syrjimättömyysperiaate, tuotekohtaiset laatuvaatimukset ja työ- ja ihmisoikeuksien kunnioittaminen riskimaa-asteissa.

S-ryhmässä on tehty systemaattista työtä tuotteiden vastuullisuuden ja vastuullisen hankinnan kehittämiseksi usean vuoden ajan. Vuonna 2012 määrittelimme keskeisimmät tuotteiden vastuullisuuden kehittämisaalueet, joiden kehittämiseen S-ryhmässä tullaan erityisesti panostamaan. Vuonna 2013 keskityimme toimeenpanemaan valittuja kehittämiskohtia kullakin S-ryhmän toimialalla. Työ on hyvässä vauhdissa ja jatkuu suunnitelmien mukaisesti vuonna 2014.

Keskeisimmät tuotteiden vastuullisuuden kehittämisaalueet

1

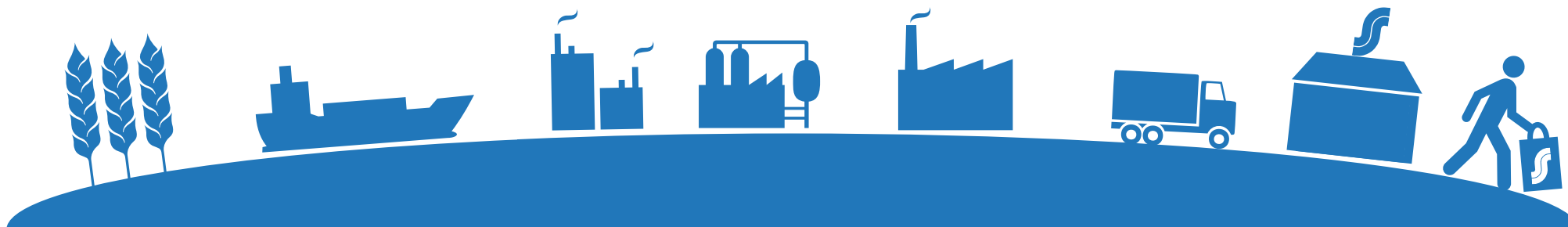
Tuotteiden jäljitettävyyden
ja alkuperän läpinäkyvyyden
parantaminen

2

Tuotantoketjun sosiaalisen
ja ympäristövastuun
valvonnan kehittäminen

3

Raaka-aineiden vastuulli-
suuden 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 tuotannon vastuullisuutta kehittää. Tämä edellyttää panostamista tuotteiden jäljitettävyyteen ja sitä kautta tuotantoketjujen läpinäkyvyyden pitkäjänteiseen kehittämiseen.

Suurena ja monialaisena toimijana S-ryhmällä on suuri joukko tavarantoimittajia. S-ryhmän päivittäis- ja käyttö-tavarakaupalle sekä ravintoloille tuotteita tai palveluita toimitti vuonna 2013 yhteensä 3 208 tavarantoimittajaa. Näistä valtaosa on kotimaisia tai eurooppalaisia, mutta S-ryhmällä on suoria tavarantoimittajia myös maista, joiden tuotantolaitosten työoloissa voi olla puutteita. Tällaisia maita kutsutaan tässä raportissa riskimaiksi. Myös eurooppalaisten ja kotimaisten tavarantoimittajien toimittamista tuotteista osa on valmistettu tai viljelty riskimaissa. Tällaisia tuotteita kutsutaan epäsuoriksi riskimaatuotteiksi.

S-ryhmän vastuullisuusohjelman tavoitteiden mukaisesti olemme tarkentaneet tuotteen jäljitettävyyttä oma merkki-tuotteissamme. S-ryhmän omia merkkejä ovat muun muassa Rainbow, X-tra, House, Glup ja Ciraf. Seuraamalla tarkemmin tuotteita niiden pääraaka-aineen alkuperämaan ja valmistusmaan mukaisesti, voimme paremmin tunnistaa riskit myös niin sanotuissa epäsuorissa riskimaatuotteista. Työ on hyvässä vauhdissa S-ryhmän päivittäis- ja käyttötavarakaupassa.

Tavarantoimittajakyselystä apua toiminnan kehittämiseen

Kevään ja kesän 2013 aikana teimme 1 600 tavarantoimittajallemme kyselyn, jossa selvitettiin toimittajien käytäntöjä tuotteiden jäljitettävyyden, tuoteturvallisuuden sekä ympäristö- ja sosiaalisen vastuullisuuden varmistamiseksi tuotantoketjuissa. Kyselyssä oli mukana kaikki Meira Novalle ja päivittäistavarakaupalle oma merkki- ja brändituotteita toimittavat tavarantoimittajat, sekä käyttötavara-kaupan kotimaiset oma merkki -tuotteita toimittavat tavarantoimittajat. Kyselyn avulla saimme arvokasta tietoa siitä, miten toimintaamme on kehitettävä yhdessä tavarantoimittajien kanssa, jotta voimme yhä paremmin varmistaa vastuullisen tuotevalikoiman asiakkaillemme.

Ympäristöasioissa tavarantoimittajamme kiinnostavat paljon huomiota oman toimintansa ympäristövaikutuksiin. Valtaosalla toimittajista on ympäristöpolitiikka tai -ohjelma. Kehitettävää löytyy ympäristövaatimusten asettamisessa tuotantoketjussa eteenpäin. Ympäristövaatimusten valvonta kohdistuu pääasiassa omiin tuotantolaitoksiin ja



tavarantoimittajiin. Elintarviketoimittajat valvovat useimmin myös raaka-ainetuotantoa.

Sosiaalisen vastuun osalta noin 70 prosentilla tavarantoimittajista on sosiaalisen vastuun politiikka. Sosiaalisten vaatimusten asettaminen tavarantoimittajille on tavallisempaa kuin ympäristövaatimusten, mutta kehitettävää on valvonnan ulottamisessa alihankkijoihin ja alkutuotantoon.

Tuoteturvallisuuden varmistaminen on oleellinen osa yritysten vastuullisuustoimintaa. Tästä kertoo sertifioitujen laatujärjestelmien yleisyys erityisesti elintarviketuotannossa. Raaka-ainetoimittajille asetettavat laatukriteerit sekä toimittajien arviointi ja yrityksen omat tai kolmannen osapuolen auditoinnit ovat laajasti käytössä.

1

Huomio tuotteiden jäljitettävyyden parantamiseen



Alkuperämaatiето näkyviin

S-ryhmälle on tärkeää, että tuotteiden alkuperästä kerrotaan mahdollisimman läpinäkyvästi. Käynnistimme vuonna 2011 hankkeen, jonka tavoitteena on lisätä pääraaka-aineen alkuperämaatiето kaikkiin Rainbow- ja X-traelintarviketuotteisiin, vaikkei lainsäädäntö sitä vaadi. Vuoden 2013 lopussa merkintä löytyi 1 295 tuotteesta eli noin 90 % tuotteista.

Myös omien merkkien käyttötavaratuotteisiin merkitään tieto tuotteen valmistusmaasta. Merkintä löytyy jo reilusta puolesta oma merkki -tekstiilituotteista joko tuotepakkauksesta tai tuotteen hoito-ohjeesta. Merkintöjä lisätään tuotteisiin pakkausudistusten myötä.

S-ryhmä on selkiyttänyt myös israelilaista alkuperää olevien tuotteiden alkuperämerkintöjä vuodesta 2012 alkaen. S-ryhmä ei boikotoi israelilaista alkuperää olevia tuotteita, vaan haluaa tarjota mahdollisimman läpinäkyvästi tietoa tuotteen alkuperästä ja antaa siten asiakkaille mahdollisuuden omien valintojen tekemiseen. Linjauksen mukaisesti S-ryhmässä myytävän tuotteen alkuperämaaksi merkitään Israel vain, jos se on valmistettu tai viljelty YK:n määrittelemän Israelin alueella.



Kuva: Tiina Leppäniemi

AKUPERÄMERKITTYJÄ TUOTTEITA

90 %

Jo 90 %:ssa oma merkki -elintarvikkeista on kerrottu tuotteen pääraaka-aineen alkuperämaa vuonna 2013.



Katso myös video alkuperämaamerkinnöistä

2

Huomio tuotantoketjun valvontaan

Toinen S-ryhmän hankinnan vastuullisuuden kehittämisaalue on tuotantoketjun sosiaalisen ja ympäristövastuun valvonnan kehittäminen. Aiemmin työolojen valvonta keskittyi etupäässä tuotteiden valmistusvaiheen työelämän oikeuksien valvontaan.

Globaaleihin hankintaketjuihin liittyy useita vaiheita. Siksi on tärkeää tuntea ketjun vaiheet ja tunnistaa riskikohdat, joiden valvontaan on kiinnitettävä erityistä huomiota. Tähän työhön S-ryhmän päivittäistavarakaupassa on kiinnitetty erityistä huomiota vuoden 2013 aikana.

S-ryhmän päivittäistavarakaupassa sopimusvaatimuksia täsmennettiin niin, että myös sellaisten toimittajien, joiden oma tai alihankkijoiden tuotanto sijaitsee riskimaassa tai jotka tuovat riskimaissa valmistettuja tuotteita, tulee varmistaa, että tuotannossa noudatetaan vastuullisuusperiaatteitamme. Pyydettyäessä toimittajan tulee pystyä varmistamaan tämä sertifikaateilla tai auditointiraportilla.

S-ryhmä on ollut mukana kehittämässä vastaavaa valvontamallia kuin työelämänoikeuksien valvonnassa käytetty BSCI, myös tuotteiden valmistuksen ympäristövaikutuksien arvioinnille. Business Environmental Performance Initiative (BEPI) kehitystyö käynnistyi vuonna 2012 ja vuonna 2013 mallin testaaminen käynnistettiin S-ryhmän tavarantoimittajilla Vietnamissa. Tavoitteena on, että BEPI:n avulla voimme vaikuttaa esimerkiksi tehtaiden energiankäytön tehostamiseen ja päästöjen vähentämiseen.

Riskimaiden työolojen valvonta

S-ryhmä on mukana Business Social Compliance Initiative -järjestelmässä (BSCI), jonka tavoitteena on parantaa riskimaiden työoloja kansainvälisten sopimusten vaatimalle tasolle ja varmistaa, ettei asiakkaan tarvitse huolestua ostoksiansa alkuperästä. Riskimaihin kuuluvat suuri osa Afrikan, Aasian, Etelä- ja Väli-Amerikan maista sekä tietyt Euroopan maat. BSCI-järjestelmässä on mukana yli 1 300 eurooppalaista yritystä. S-ryhmä on vahvasti mukana järjestelmän kehittämisessä ja sillä on edustaja myös BSCI:n ohjausryhmässä.

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

BSCI:n toimintaperiaatteet päivitettiin vuoden 2013 aikana. S-ryhmä oli tiivisti työssä mukana, jotta periaatteet olisivat mahdollisimman kattavat ja vastaisivat mahdollisimman hyvin S-ryhmän sekä eri sidosryhmien odotuksia. Suoma-

Yli **1 300** yritystä

BSCI-järjestelmässä on mukana yli 1 300 eurooppalaista yritystä.



Katso myös BCSI-video

laiset BSCI:n jäsenyritykset järjestivät myös keväällä 2013 yhteisen sidosryhmätilaisuuden, jonne kutsuttiin keskeiset kansalaisjärjestöt ja viranomaiset kertomaan odotuksensa ja toiveensa BSCI:n toimintaperiaatteiden päivitystarpeista.

Yksi keskeisimmistä BSCI:n muutoksista on periaatteiden laajentaminen koskemaan koko tuotantoketjua. Tavoitteena on selkiyttää jokaisen toimijan mahdollisuutta ja velvollisuutta vaikuttaa työ- ja ihmisoikeuksien toteutumiseen koko tuotantoketjussa.

2

Huomio tuotantoketjun valvontaan

BSCI:ssä riippumattomat auditoijat tarkastavat tuotantolaitoksia ja varmistavat, että järjestelmän kriteerit toteutuvat käytännössä. Auditoinneissa tarkastetaan muun muassa tehtaalla käytettävät menettelyt ja toimintatavat sekä se, että nämä täyttävät kansallisen lainsäädännön vaatimukset. Lisäksi varmistetaan muun muassa, että työntekijöillä on tarvittavat suojavälineet työn turvallista suorittamista varten. Yhtenäinen valvontajärjestelmä helpottaa sekä tuotantolaitoksia että kauppakettua, sillä jokaisen sisäänostajan ei tarvitse itse tarkastaa käyttämänsä tehtaan työoloja. Kansainväliseen järjestelmään kuulumisen on vahvuus myös siksi, että kun suuri joukko yrityksiä on sitoutunut samoihin periaatteisiin, myös tavara- ja palvelusarjojen on kannattavaa sitoutua parannusten tekemiseen.

S-ryhmän päivittäis- ja käyttötavarakaupan omien merkien ja oman maahantuonnin suorista ostoista 28 prosenttia on riskimaista. Päivittäistavarakaupan omien merkien ja oman maahantuonnin ostovolymista 14 prosenttia on riskimaista (2012: 16 %), ja käyttötavarakaupan 62 prosenttia (2012: 61 %). Lisäksi Meira Novan suorat riskimaat ostot ovat viisi prosenttia (2012: 12 %) sen ostovolymista. Meira Novan riskimaatostojen muutos johtuu tavara- ja palvelusarjojen vaihdoksista ja muuttuneista volyymeistä.

BSCI:n toimintaperiaatteiden tavoitteet



Työntekijöiden järjestäytymisvapautta ja oikeutta kollektiiviseen neuvotteluun kunnioitetaan.



Syrjintää ei harjoiteta.



Työntekijöille maksetaan vähintään lainmukaista minimipalkkaa ja/tai alan ohjepalkkaa.



Työntekijöiden terveydestä ja turvallisuudesta huolehditaan.



Työajat ovat kansallisen lainsäädännön mukaiset eivätkä ylitä 48 tunnin säännöllistä työaikaa. Ylityön tulee olla vapaaehtoisia ja siitä maksetaan korotettua palkkaa.



Lapsityövoiman käyttö on kielletty.



Nuoria työntekijöitä suojellaan muun muassa niin, että työnteko ei saa vaarantaa terveyttä tai koulunkäyntiä.



Työ perustuu dokumentoituun työsuhteeseen, jossa noudatetaan maan lakeja, käytäntöjä ja kansainvälisiä normeja.



Ei pakkotyötä tai kurinpitotoimia.



Ympäristöä kunnioitetaan.



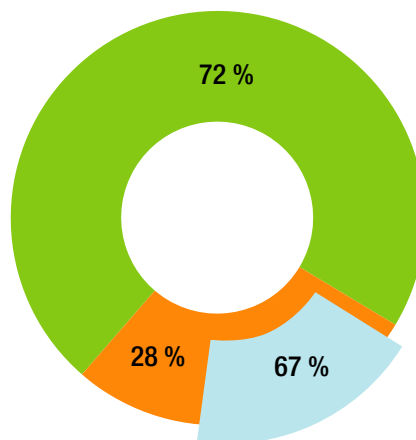
Liiketoiminta on eettistä eikä esimerkiksi korruptiota sallita.

2

Huomio tuotantoketjun valvontaan

S-ryhmän omien merkkien ja oman maahantuonnin suorista riskimaaostoista 67 prosenttia tehdään BSCI-auditoiduilta tavarantoimittajilta. Auditoiduista riskimaaostoista 50 prosenttia tulee tavarantoimittajilta, jotka ovat saaneet auditoinnissa arvosanaksi joko hyvä tai vaatii parannuksia. Lisäksi yhdeksän prosenttia auditoiduista riskimaaostoista tulee SA 8000 tai ICTI -sertifioituilta tavarantoimittajilta. 41 prosenttia ei vielä täytä vaatimuksia. Vuonna 2013 BSCI-auditointeja toteutettiin päivittäistavarakaupan puolella 12 riskimaan tavarantoimittajalle (2012: 10) ja käyttötavarakaupan puolella 71 tavarantoimittajalle (2012: 44).

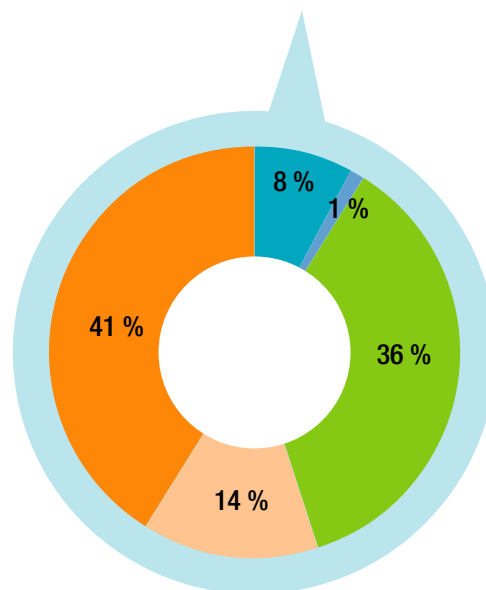
Ensisijaisten auditointimallien, SA 8000 -sertifioinnin ja BSCI:n lisäksi, S-ryhmä hyväksyy myös muita vastaavia sosiaalisen vastuun auditointeja, kuten SMETA-auditointi (Sedex Members Ethical Trading Audit). Tämä on käytännössä siksi, että kaupparyhmillä on kansainvälisesti käytössä useita auditointijärjestelmiä, eikä ole järkevää, että tehtailla tehdään useita samankaltaisia auditointeja. Lisäksi BSCI on otettu elintarvikealalla käyttöön myöhemmin kuin muilla toimialoilla, minkä vuoksi se ei vielä ole kovin tunnettu ja laajasti käytetty malli elintarvikealan toimijoiden keskuudessa. Koska muita auditointeja on huomioitu vasta vähän aikaa, ei niiden osalta ole vielä yhtä tarkkaa seuranta kuin BSCI-auditoinneille. Muiden auditointijärjestelmien järjestelmällisempi läpikäynti aloitettiin S-ryhmässä vuonna 2013.



S-ryhmän omien merkkien ostot

- Ostot ei-riskimaista 72 %
- Ostot riskimaista 28 %
- Auditoidut riskimaaostot

Sisältää päivittäistavarakaupan ja käyttötavarakaupan omien merkkien ja oman maahantuonnin ostot.



S-ryhmän BSCI-auditointien tulokset

- SA 8000
- ICTI
- BSCI hyvä
- BSCI parannuksia vaativat
- BSCI ei täytä vaatimuksia

Sisältää päivittäistavarakaupan ja käyttötavarakaupan auditoinnit.

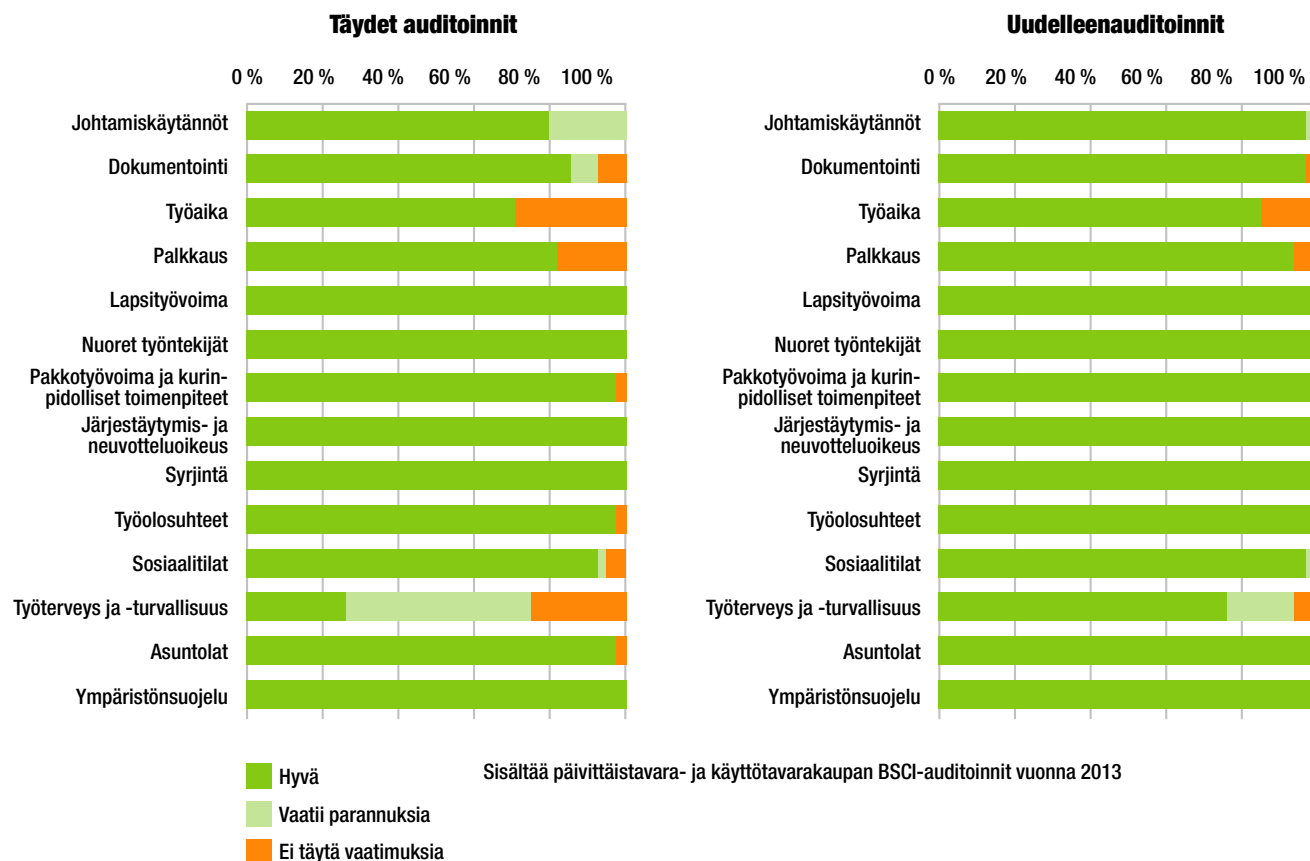
2

Huomio tuotantoketjun valvontaan

Analysoimalla auditointiraportteja tarkemmin eri osa-alueittain nähdään, että arvioidut osa-alueet on pääsääntöisesti hyväksytty ilman huomautuksia. Sosiaalisen vastuun johtamiskäytännöt, työaika, palkkaus, työturvallisuus sekä työterveys ovat kuitenkin osa-alueita, joissa on eniten kehitettävää.

S-ryhmän BSCI-auditointien tuloksia osa-alueittain on eritelty oheisissa kuvissa. Esimerkiksi thaimalaisissa tuotantolaitoksissa on tavallista, että työaikkakäytännöt eivät täytä BSCI:n vaatimuksia, vaikka ne täyttävätkin Thaimaan kansallisen lainsäädännön vaatimukset. Siksi monet thaimalaiset tehtaat saavat auditointitulokseksi ”ei täytä vaatimuksia”. Niille tavarantoimittajille, joiden osalta tulos on parannuksia vaativa tai ei täytä vaatimuksia, tehdään uudelleenauditoinnit. Uudelleenauditointien jälkeen tulokset yleensä paranevat.

S-ryhmän BSCI-auditointien tulokset osa-alueittain vuonna 2013



2

Huomio tuotantoketjun valvontaan



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 suojavarusteilla suoritettuna vaarallista ja saattaa aiheuttaa jopa kuolemaan johtavaa silikoosia, eli kivipölykeuhkosairautta.

Thaimaan tuotanto puhutti

Alkuvuodesta 2013 kansalaisjärjestö Finnwatch julkaisi selvityksensä kaupan omien merkkien vastuullisuudesta. Selvityksessään Finnwatch löysi vakavia työolojen rikkeitä thaimaalaisesta ananasmehutiivistettä valmistavasta tehtaasta, joka toimittaa raaka-ainetta suomalaisten kaupparyhmien oma merkki -tuotteisiin, myös Rainbow-ananasmehuun.

S-ryhmä suhtautuu selvityksen havaintoihin vakavasti. Asiaa alettiin selvittää tuotteen suomalaisen valmistajan kanssa välittömästi, kun saimme tiedon tapahtuneesta. Kevään ja kesän aikana teimme kaikille tavarantoimittajille kyselyn vastuullisuuskäytännöistä. Kyselyssä selvitettiin muun muassa millaisia vastuullisuusvaatimuksia alihankkijoille ja raaka-ainetoimittajille asetetaan ja miten vaatimusten noudattamista valvotaan.

S-ryhmän ruokakaupan johto vieraili Thaimaassa elokuussa 2013 tapaamassa muun muassa raportissa mainittuja tonnikalatuotteiden tavarantoimittajia sekä mehuraaka-aineen toimittajia yhdessä suomalaisen tavarantoimittajan kanssa. Matkalla vierailtiin myös myanmarilaisten siirtotyöläisten verkoston luona ja tavattiin neljän eri ministeriön edustajat. Kaikissa tapaamisissa keskityttiin tehtaiden työntekijöiden ja erityisesti siirto-laistyöntekijöiden työolosuhteiden ymmärtämiseen ja parantamiseen. Tavarantoimittajien kanssa käytiin läpi S-ryhmän odotukset vastuullisuudelta.

>>>>>>>

2

Huomio tuotantoketjun valvontaan



"Tuotteiden vastuullisuuden varmistamisessa on vielä paljon tehtävää, mutta S-ryhmän aktiivisuus ja avoimuus ongelmien selvittämisessä ansaitsee kiitoksen. Yrityksen päätös ulottaa riskien arviointi raaka-ainetuotantoon asti on merkittävä askel."

Sonja Vartiala, toiminnanjohtaja, Finnwatch ry.



Katso kuvareportaasi matkasta

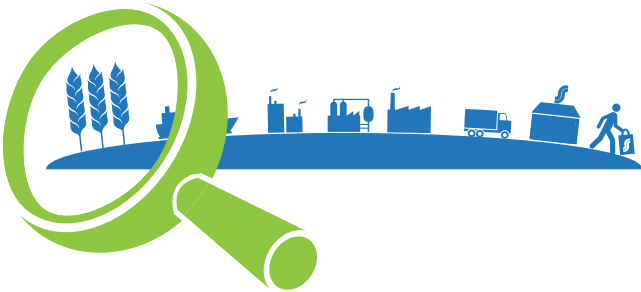
Finnwatchin suosituksen mukaisesti S-ryhmässä on jo laajennettu riskien tarkastelua tuotteen raaka-aineiden alkuperään. Aiemmin riskejä arvioitiin tuotteen valmistusmaan perusteella ja valvonta ulottui tuotteen valmistusvaiheeseen. Hankintasopimuksiin on tarkennettu vastuullisuusasioita niin, että ne kattavat myös raaka-aineiden tuotannon, joka voi tapahtua toisessa maassa.

S-ryhmä on kansainvälisillä hankintamarkkinoilla pieni ostaja, ja vaikutusvaltamme globaaleissa tuotantoketjuissa on sen mukainen. Paras vaikuttamismahdollisuus meille avautuu sosiaalisen vastuun valvontaan kehitetyn BSCI-järjestelmän kaltaisten kansainvälisten verkostojen kautta, jossa samoihin periaatteisiin on sitoutunut suuri joukko ostajia. Välitimme Finnwatchin raportin johtopäätökset myös BSCI:lle, joka järjesti vuoden 2013 aikana kaksi sidosryhmätilaisuutta Thaimassa siirtotyöläisten oikeuksiin liittyen.

3 Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



Kolmas tuotteiden vastuullisuuden kehittämisaikana on raaka-aineiden vastuullisuuden kehittäminen, jossa tärkeässä osassa ovat muun muassa ympäristömerkityt ja sertifioidut raaka-aineet.



Moniin raaka-aineisiin liittyy ympäristö- tai sosiaalisen vastuun riskejä, ja on olennaista tarkastella S-ryhmän toimialoille keskeisiä kriittisiä raaka-aineita ja hakea ratkaisuja niiden vastuullisuuden varmistamiseksi. Työ on käynnissä ja esimerkiksi palmuöljylle, trooppiselle puulle ja kalatuotteille on olemassa linjaukset, ja valikoimissa on runsaasti erilaisia sertifioituja ja ympäristömerkittyjä tuotteita.

S-ryhmä kehittää erilaisten ympäristömerkittyjen ja sertifioidujen tuotteiden ja palveluiden valikoimia tavoitteellisesti. Asiakkaiden odotukset ja toiveet sekä toisaalta toteutunut ostokäyttäytyminen vaikuttavat valikoiman kehittämiseen.



Kuva: WWF

3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



S-ryhmälle hyvät pisteet WWF:n palmuöljypisteytyksestä

S-ryhmä oli paras suomalainen kaupan alan yritys ympäristöjärjestö WWF:n syksyllä 2013 toteuttamassa kansainvälisessä palmuöljypisteytyksessä pistein 11/12. Kansainvälinen palmuöljypisteytys toteutetaan joka toinen vuosi, ja siinä arvioidaan yrityksiä palmuöljyn hankintaketjun vastuullisuuden mukaan. Pisteitä S-ryhmä sai muun muassa vastuullisen palmuöljyn järjestön Roundtable for Sustainable Palm Oilin (RSPO) jäsenyydestä ja sertifioidun palmuöljyn käytöstä.

S-ryhmässä on useiden vuosien ajan kiinnitetty huomiota palmuöljyn korvaamiseen muilla öljyvaihtoehtoilla sekä vastuullisen palmuöljyn hankintaan. Esimerkiksi kaikki S-ryhmän ravintoloiden syväpaistoöljyssä käytetty palmuöljy on sertifioitua. Oma merkki -elintarvikkeissa taas on tehty paljon työtä palmuöljyn korvaamiseksi muilla kasviöljyillä silloin, kun se on tuotteen laadun kannalta mahdollista. Sellaisissa tuotteissa, joissa palmuöljyn korvaaminen jollakin toisella öljyvaihtoehdolla ei ole mahdollista, suositetaan RSPO-sertifioitua palmuöljyä. 71 prosenttia (2012: 12 %) S-ryhmän oma merkki -elintarvikkeiden sisältämästä palmuöljystä on sertifioitua.

S-ryhmän oma merkki -elintarvikkeissa ja ravintoloiden syväpaistoöljyssä käytetystä palmuöljystä yhteensä 78 prosenttia on RSPO-sertifioitua. Työtä on kuitenkin vielä tehtävänä, seuraavana tavoitteena on nostaa sertifioidun palmuöljyn osuus sataan prosenttiin ja lisätä jäljitettävän palmuöljyn käyttöä.

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

11/12

pistettä

S-ryhmän pisteet WWF:n kansainvälisessä palmuöljypisteytyksessä.



3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



Laajat valikoimat sertifioituja tuotteita

S-ryhmässä on linjattu, että trooppisesta puusta valmistettujen tuotteiden tulee olla valmistettu FSC-sertifioidusta puusta. Kun puussa on FSC-merkki, se on tuotettu luontoa säästävin menetelmin ja puunhankintayhtiö huolehtii työntekijöidensä oikeuksista ja työturvallisuudesta. Lisäksi valikoimissa on PEFC-sertifioituja puutuotteita.

S-ryhmä on mukana myös vuonna 2012 perustetussa kansallisessa työryhmässä, joka seuraa kaakaon tuotannon vastuullisuuden ja jäljitettävyyden varmistamiseksi kehitettävän eurooppalaisen standardin valmistelua.

Haluamme tarjota asiakkaillemme mahdollisuuden tehdä valintoja omien arvojensa mukaisesti tarjoamalla ympäristö- tai vastuullisuussertifioituja tuotteita eri tuoteryhmissä. Esimerkiksi Reilun kaupan tuotteita on sekä ruokakauppojen, käyttötavarakaupan että ravintoloiden valikoimissa.

Pohjoismaisella ympäristömerkillä, eli Joutsenmerkillä merkittyjä tuotteita on runsaasti valikoimissa kaikilla S-ryhmän toimialoilla. Esimerkiksi kaikille Rainbow-

merkin vauvanhoitotuotteille, pyykinpesunesteille ja pyykinpesujauhetiivisteille on myönnetty Joutsenmerkki. Viisi Sokos Hotellia on saanut Joutsenmerkin ympäristön huomioivasta toiminnastaan. Lisäksi kaikilla seitsemällä Suomen Radisson Blu -hotellilla on Joutsenmerkki. Myös eurooppalaisella EU-kukka-ympäristömerkillä merkittyjä tuotteita oli valikoimissa erityisesti tekstiilipuolella.



Kaikille Rainbow-merkin vauvanhoitotuotteille, pyykinpesunesteille ja pyykinpesujauhetiivisteille on myönnetty Joutsenmerkki.

Ympäristö- tai vastuullisuussertifioidut tuotteet S-ryhmän valikoimissa (kpl)

(sis. oma merkki- ja brändituotteet)

Ympäristö- tai vastuullisuussertifikaatti	Päivittäis- tavarakauppa	Käyttö- tavarakauppa	Hotellit ja ravintolat	ABC ja ABC-Deli
Joutsenmerkityt tuotteet	483	57	248	107
EU-kukka-merkityt tuotteet	7	114	11	7
Luomutuotteet	3 000	129	91	12
Reilun kaupan tuotteet	150	16	23	14
FSC-sertifioidut tuotteet	1	56		
PEFC-sertifioidut tuotteet		10		
MSC-sertifioidut tuotteet	41		28	20
Öko-tex-sertifioidut tuotteet		1 044		

Keräystavoista johtuen luvut eivät ole vertailukelpoisia eri toimialojen välillä. Samoja tuotteita voi olla usean toimialan valikoimissa.

3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



Luomuvalikoima kasvaa ruokakaupassa

Luomutuotteiden kysyntä on viime vuosina ollut selvässä kasvussa ja S-ryhmä onkin laajentanut luomutuotevalikoimiaan. Luomutuotteiden myynti kasvoi S-ryhmän päivittäistavarakaupassa 13 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 hallituksen puheenjohtajana.

S-ryhmän osuus kuluttajien luomuoistoista Suomessa on 46 prosenttia (2012: 45 %, Nielsen Homescan), mikä tarkoittaa sitä, että S-ryhmä on Suomen suurin luomutuotteiden myyjä.

S-ryhmän ruokakauppojen valikoimissa oli vuonna 2013 noin 3 000 erilaista luomutuotetta (2012: 2 200). Luku pitää sisällään sekä valtakunnallisissa ketjuvalikoimissa olevia että osuuskauppojen paikallisesti hankkimia tuotteita. Suomessa tuotettujen ja valmistettujen luomutuotteiden osuus S-ryhmän ruokakauppojen luomumyynnistä oli 60 prosenttia (2012: 63 %).

Hotellien ja ravintoloiden valikoimissa oli 91, ABC-asemien valikoimissa 12 ja käyttötavarakaupan valikoimissa 129 (2012: 145 kpl) erilaista luomutuotetta. Vuoden 2012 toukokuusta alkaen S-ryhmän ravintoloiden viidestä asiakasomistajaviinistä kaksi on ollut luomuviinejä. Luomuviinien osuus viinien myynnistä pysyi edellisen vuoden tasolla kymmenessä prosentissa. Myös S-ryhmän hotellien aamiaisilla tarjotaan aina jotakin luomutuotetta.

Kalaa vain kestävästä kalakannoista

S-ryhmässä myytävien kalatuotteiden hankintaa ja valikoimia koskevat kriteerit laadittiin syksyllä 2009 ja ne päivitettiin keväällä 2012. Peruseriaate on, että päivittäistavarakaupan ja ketjuravintoloiden valikoimiin ei hyväksytä kaloja uhanalaisista, vaaraantuneista 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 kalastus- aluetta tai -menetelmää koskevia kriteereitä, joilla varmistetaan, että kalavalikoimamme ovat kestävästä kalakannoista. Erityisen tiukkoja kriteereitä on asetettu monille kaukaa tuleville lajeille, koska niihin liittyy suurempia riskejä ylikalastuksesta tai kalastuksen valvonta on heikkoa.

LUOMUTUOTETTA

3 000



Luomutuotteiden määrä S-ryhmän ruokakauppojen valikoimissa vuonna 2013.



Kuva: Lauri Mannermaa

3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



Myös ympäristömerkittyjen kalatuotteiden valikoimaa kehitetään systemaattisesti. Esimerkiksi kala- ja äyriäispakasteiden tuoteryhmässä MSC-sertifioitujen tuotteiden myynti oli jopa 15 prosenttia tuotekategorian kokonaismyynnistä. Myös kalavalmisteissa MSC-sertifioitujen tuotteiden myynti oli yli neljä prosenttia tuoteryhmän kokonaismyynnistä. Kalavalmisteilla tarkoitetaan esimerkiksi graavattuja ja savustettuja kalatuotteita ja sillejä.

Vuonna 2013 keskustelu kotimaisten vaelluskalojen kestävästä kalastuksesta jatkui. Maa- ja metsätalousministeriön siikatyöryhmän hyvän tuloksen ja elokuussa voimaantulleen kalastusasetuksen myötä WWF muutti kotimaisen

siian suositustaan punaisesta keltaiseksi, eli vältettävästä harkiten ostettavaksi. S-ryhmä oli aktiivisesti mukana siikatyöryhmässä.

S-ryhmä on ollut mukana hakemassa ratkaisuja lohikantojen parantamiseksi maa- ja metsätalousministeriön lohi- ja meritaimentyöryhmässä. Ryhmässä oli mukana ympäristöjärjestöjä, kalastajia, kalakaupan toimijoita, tutkijoita, viranomaisia ja energiateollisuuden toimijoita. Työryhmä jätti lokakuussa 2013 mietintönsä, jossa esitetään toimenpiteitä mm. kalastuksen sääntelylle, istukkaiden merkitsemiselle ja elinympäristöjen suojelulle. Mietintö menee eduskunnan käsittelyyn vuoden 2014 aikana.

15 % MSC-sertifioituja tuotteita

MSC-sertifioitujen kala- ja äyriäispakasteiden osuus tuoteryhmän myynnistä vuonna 2013.

Lisää lähikalaa

S-ryhmän ruokakaupan tavoitteena on tarjota yhä tuoreempi ja monipuolisempi valikoima kotimaista läheltä tulevaa kalaa, muun muassa kuhaa, ahventa ja muikkua. Kotimaisen lähikalan kysyntä on kasvanut, ja pyrimme aktiivisesti kehittämään yhteistyötä alueosuuskauppojen ja paikallisten kalastajien ja kalan kasvattajien välillä, jotta kotimaisen lähellä kalastetun meri- ja järvikalan tarjontaa myymälöissä saadaan parannettua.



Kuva: Tiina Leppiniemi

3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



Biopolttoaineiden merkitys kasvaa ABC-liikenneasemilla

North European Oil Trade Oy (NEOT) on SOK:n ja ST1 Nordic Oy:n yhdessä omistama polttonesteiden tukkuyhtiö, joka perustettiin vuonna 2003. NEOT:n toiminta koostuu polttonesteiden hankinnasta, varastoinnista ja jakelusta. Se toimittaa polttoainetta S-ryhmän ABC-liikenneasemille.

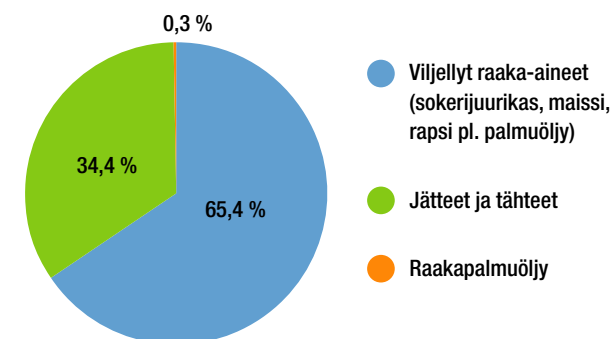
NEOT on ainoa liikennepolttoaineita myyvä tukkuyhtiö maailmassa, joka tarjoaa E85-polttoainetta, jonka etanoli on valmistettu kokonaan ei-ruokaketjusta tulevasta raaka-aineesta.

EU:n tavoite on, että vuoteen 2020 mennessä liikennepolttoaineiden energiasisällöstä 10 prosenttia tulee olla biopolttoainetta. Tätä kutsutaan biovelvoitteeksi. Biopolttoaineilla voidaan vähentää merkittävästi liikenteen hiilidioksidipäästöjä. Suomen tavoitteena on vähentää tieliikenteen päästöjä 15 prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Vuoden 2013 NEOT:n käyttämien biopolttoaineiden ansiosta Suomen tieliikennepäästöt vähenivät melkein prosentilla.

Biopolttoainehankinnassa NEOT pyrkii jatkuvasti lisäämään jäte- ja tähdepohjaisten sekä ruokaketjuun kuulumattomien biopolttoaineiden osuutta. Tavoitteen saavuttamiseksi NEOT panostaa jättepohjaisen biopolttoaineen tuotantoon merkittävästi muun muassa rakentamalla jättepohjaisen etanolin tuotantolaitosta. Viime vuonna 34,4 prosenttia NEOT:n biopolttoaineista on valmistettu jäte- ja tähdepohjaisista raaka-aineista, kuten elintarviketuotannon biojätteistä. Esimerkiksi palmuöljystä valmistetun biopolttoaineen osuus oli samana aikana 0,3 prosenttia.

NEOT edellyttää, että kaikki sen ostamat biopolttoaineet täyttävät EU:n asettamat kestävyyskriteerit biopolttoaineille ja että kriteerien toteutuminen todennetaan EU:n hyväksymällä, riippumattomalla sertifikaatilla. EU:n kestävyyskriteereissä edellytetään, että biopolttoaineiden tuotannossa noudatetaan kohdemaan lakeja ja työehtosopimuksia sekä ILO:n työelämää koskevia vähimmäisvaatimuksia.

Biopolttoaineiden raaka-aineet



3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



Kotimainen biopolttoaine EkoFlex E85

ABC-asemilla myytävä EkoFlex E85 -polttoaine 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 viljelysmaasta ruoantuotannon kanssa. Bioetanolin valmistuksessa hyödynnetään muun muassa sellaista kauppohenkilöstön leipäjäätettä, jota ei voida lahjoittaa hyväntekeväisyyteen. Helsingin Osuuskauppa Elannon ja Osuuskauppa Hämeenmaan päivittäistavarakauppojen leipäjäätettä ohjataan bioetanolin valmistukseen. Muutama muu osuuskauppa ottaa toimintamallin käyttöön vuoden 2014 aikana.

ABC-asemilla myydystä EkoFlex E85 -polttoaineesta vuonna 2013 noin 12 prosenttia oli peräisin osuuskaupoilta kerätystä jäteraaka-aineesta. Tämän jättemäärän hyödyntäminen polttoaineen tuotannossa vähentää päästöjä 520 hiilidioksiditonnia. Vastaavat päästöt syntyisivät, mikäli Ford Focusilla ajettaisiin 100 kertaa maailman ympäri.

ABC-ketjun ensimmäiset EkoFlex E85 -tankkauspisteet avattiin kesällä 2011, ja tällä hetkellä niitä on noin 40 eri puolilla Suomea (2012: 30 kpl). EkoFlex E85 -polttoaineelle on myönnetty kotimaisesta työstä kertova Avainlippu-tunnus.

EkoFlex E85 -polttoaineen elinkaaren aikaiset hiilidioksidipäästöt ovat jopa 80 prosenttia fossiilista polttoainetta pienemmät. Jäte- tai tähdepohjaisen etanolin tuotannon sivutuotteena syntyy rehua maatalouteen. 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 -polttoaineen käyttäminen edellyttää niin sanottua FlexFuel-automallia, joka on ulkoisilta ominaisuuksiltaan, hinnaltaan ja peruskäytöltään samanlainen kuin bensiinikäyttöinen auto.



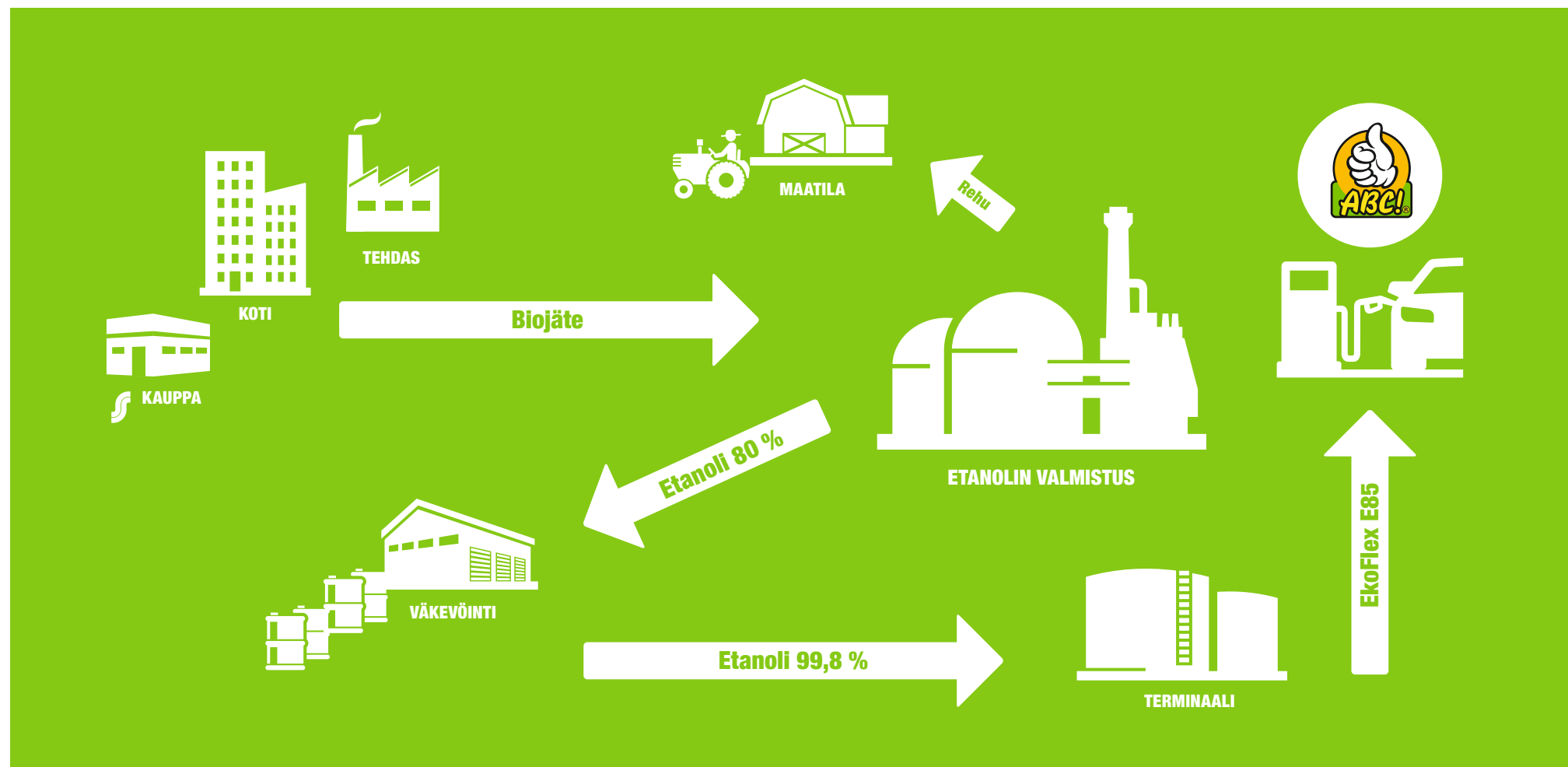
Katso EkoFlex E85 -tankkauspaikat

3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



EkoFlex E85 -polttoaineen tuotantoprosessi



3

Huomio raaka-aineiden vastuullisuuteen



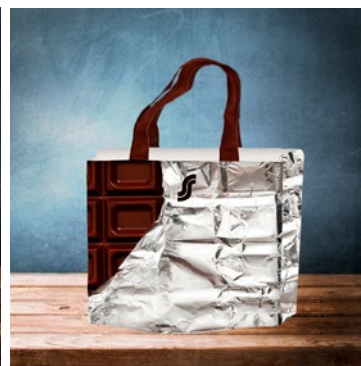
Ympäristöystävälliset pakkausmateriaalit

S-ryhmän ravintoloiden ruokalistojen, serviettien ja take away -astioiden materiaaleissa otetaan mahdollisuuksien mukaan huomioon ympäristöasiat. Muun muassa Coffee House -ketjun take away -mukit, pakkauspussit ja käärepaperit ovat täysin biohajoavia.

S-ryhmän oman kosmetiikkamerkin We Care Iconin pakkausissa käytetään mahdollisuuksien mukaan kierrätysmuovia, eikä tuotteita pakata erillisiin kartonkipakkauksiin. We Care Icon -tuotteet on valmistettu Keski-Euroopassa.

Vuonna 2013 S-ryhmän ruokakaupoissa myytiin yhteensä 145 miljoonaa kauppakassia (2012: lähes 150 milj.). Näistä perinteisiä muovikasseja oli 140 miljoonaa kappaletta (2012: 143,5 milj.). S-ryhmän tavoitteena on lisätä kierrätysmateriaalin osuutta, ja vuonna 2013 kaikissa ruokakaupoissa myytävissä muovikasseissa käytettiin kierrätysmateriaalia, jonka osuus oli 10–90 prosenttia mallista riippuen.

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



KESTOKASSIEN MYYNТИ

+ 45 %

Kestokassien myynnin kasvu vuonna 2013.

Kestokassien viisi erilaista kuosia kiinnostivat kovasti kuluttajia ja niiden myynti kasvoi lähes 45 prosenttia. Kestäviä ja monikäyttöisiä kestokasseja myytiin S-ryhmän ruokakaupoissa 890 000 kappaletta (2012: 620 000 kpl).

Kotimaista ja paikallista arvostetaan

Asiakkaat arvostavat yhä enemmän kotimaista ruoan tuotantoa ja lähiruokaa. S-ryhmän ruokakaupassa asiakkaiden toiveeseen edullisemmasta ja helposti löydettävästä suomalaisesta ruoasta vastattiin maaliskuussa 2014 uudella Kotimaista-tuotesarjalla.

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

Maaliskuussa 2014 tuotiin valikoimiin uusi Kotimaista-tuotesarja. Kotimaista on S-ryhmän ruokakauppojen uusi tuotemerkki, jonka avulla S-ryhmän asiakkaat tunnistavat suomalaiset oma merkki -tuotteet valikoimista aiempaa paremmin. Tuotteet ovat aina kotimaisia ja hinnoiteltu edullisia.

Kotimaista-tuotteet täyttävät aina Hyvää Suomesta- tai Sirkkalehti-merkin kotimaisuusvaatimukset, ja ne on valmistettu Suomessa. Ensimmäiset tuotteet ovat jo kaupoissa ja tuotteiden lukumäärä lisääntyy tulevaisuudessa. Tavoitteena on, että valikoimiin tulee yli 400 Kotimaista-tuotetta.

Paikallisuus näkyy valikoimissa

Paikalliset tuotteet ovat yhä tärkeämpi osa S-ryhmän ruokakauppojen valikoimia, sillä asiakkaat arvostavat ruokaa, jonka taustat, valmistajan ja tuotantoketjun he tuntevat. S-ryhmän ruokakaupassa lähiruoalla tarkoitetaan ruokaa, joka on valmistettu tai tuotettu osuuskaupan omalla alueella. Päivittäistavarakaupassa on määritelty strateginen tahtotila, jonka mukaisesti asiakkaille tarjotaan enemmän lähellä tuotettua ruokaa. Käytännössä se merkitsee sitä, että osuuskaupat tekevät aiempaa tiiviimpää yhteistyötä oman alueensa tuottajien kanssa ja pyrkivät aktiivisesti etsimään uutta tarjontaa. Monilla alueilla on kuitenkin pulaa sellaisista paikallisen ruoan tarjoajista, joiden tuotantomäärät olisivat riittävän suuria myymälöiden tarpeisiin.

Paikallinen tuote voi löytää tiensä S-ryhmän ruokakaupan valikoimiin kolmea eri kautta. Pieni paikallinen tuottaja voi asioida suoraan yksittäisen toimipaikan kanssa. Kysynnän kasvaessa voidaan tuote ottaa myyntiin kaikissa osuuskaupan toimipaikoissa ja, jos tuotantomäärät ovat riittävän suuret, voi tuote laajentua S-ryhmän valtakunnal-



Kuva: SOK Media

Kotimaista ja paikallista arvostetaan



lisiin valikoimiin. S-ryhmän järjestelmät on rakennettu siten, että ne toimivat niin suurten kuin pientenkin yhteistyökumppaneiden kanssa. Kaikki hyötyvät järjestelmistä saatavasta tiedosta, joka auttaa esimerkiksi kysynnän arvioimisessa ja sitä kautta tuotannon suunnittelussa. Yksi esimerkki valtakunnallisiin valikoimiin laajentuneesta tuotteesta on Sysmän Luomuherkkujen luomumysli. 1990-luvun loppupuolella Sysmän Luomuherkut Oy:n tuotteita myytiin vain Osuuskauppa Hämeenmaan myymälöissä, mutta nykyään paikallisen tuottajan suosittuja luomutuotteita on saatavilla jo lähes kaikissa S-ryhmän ruokakaupoissa.

Paikallisia tuotteita on osuuskauppojen valikoimissa runsaasti erityisesti tuoretuotteissa kuten vihanneksissa ja leivässä. Osassa osuuskauppoja on otettu käyttöön omat lähituotemerkinnot ja nostettu lähituotteita esille, jotta asiakkaan on helpompi löytää paikalliset tuotteet.

Paikalliset tuotteet näkyvät myös monien ravintoloiden ja liikennemyymälöiden tarjonnassa sekä Sokos Hotellien aamiaispöydissä.

Merkit kertovat kotimaisesta työstä

Kotimaisesta työstä kertovia Avainlippu-tuotteita oli vuoden 2013 lopussa S-ryhmän ruokakauppojen valikoimissa 1 672 tuotetta (2012: 1 551 kpl), ravintoloiden valikoimissa 382 ja ABC-asemien valikoimissa 237 tuotetta. Avainlippu on vapaaehtoinen tunnus tuotteille ja palveluille, jotka on valmistettu Suomessa. Myös useat osuuskaupat, ABC-ketju ja S-Pankki ovat saaneet Avainlippu-tunnuksen.

Suomessa suomalaisista raaka-aineista valmistettuja Hyvää Suomesta -merkillä varustettuja elintarvikkeita oli S-ryhmän ruokakauppojen valikoimissa 937 tuotetta, ravintoloiden valikoimissa 783 ja ABC-asemien valikoimissa 537 tuotetta.



Katso myös video aiheesta



Tuotteiden turvallisuus on avainasia



Tuotteiden turvallisuuden jatkuva varmistaminen on S-ryhmälle ensiarvoisen tärkeää. Kattavalla valvonnalla ja yhdessä sovituilla toimintatavoilla 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 2013 SOK:n kokeilukeittiössä tutkittiin yhteensä 3 787 elintarvikenäytettä (2012: 4 274). Myös käyttötavaroiden turvallisuus testataan ennen valikoimiin hyväksymistä. Vuonna 2013 tutkittiin 126 (2012: 225) oma merkki- ja oman maahantuonnin tuotenäytettä.

Valikoimissa olevia tuotteita tutkitaan vuosittaisen riskiperusteisen omavalvontasuunnitelman mukaisesti. Esimerkiksi liha- ja kalatuotteita tutkitaan useita kertoja vuodessa ja muita kuin elintarviketuotteita hieman harvemmin. Vuonna 2013 omavalvottiin valikoimissa olevia oma merkki -tuotteita yhteensä 1 532:sta (2012: 1 849) päivittäistavarakaupan tuote-erästä. Käyttötavarakaupan tuotteita testattiin yhteensä 783 (2012: 441) tuote-erästä.

Päivittäistä omavalvontaa toimipaikoissa

Hankinnan ja logistiikan lisäksi omavalvontaa toteutetaan myös jokaisessa S-ryhmän ruokakaupassa ja ravintolassa. S-ryhmän ruokakaupoissa on kiinnitetty huomiota systemaattiseen omavalvontaan. Tuotteiden laatua seurataan aistinvaraisesti myyntipäivän aikana, ja mikäli tuotteen laatu on jostain syystä heikentynyt, se poistetaan myynnistä. Lisäksi esimerkiksi säilytyslämpötiloja ja tilojen siisteyttä seurataan säännöllisesti omavalvontasuunnitelman mukaisesti.

S-ryhmän ruokakaupat käyttävät omavalvonnan tietopankkijärjestelmää, josta myös viranomaiset pääsevät suoraan tarkastelemaan yksittäisten myymälöiden omavalvontakirjauksia. Myymälöiden tietopankkiin tekemiä omavalvontakirjauksia seurataan ja raportoidaan säännöllisesti.



Tuotteiden turvallisuus on avainasia



Oiva-raportit ruokakaupoissa ja ravintoloissa

Oiva on elintarvikevalvonnan tarkastustietojen julkistamisjärjestelmä, jota koordinoi Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Oivan mukaisia tarkastuksia tekevät kuntien elintarvikevalvojat valvontasuunnitelman mukaisesti. Valvontatulokset on julkistettu Oiva-raporteilla toukokuusta 2013 lähtien.

Oivassa arvioidaan hymynaamoin yrityksen elintarviketurvallisuutta, kuten elintarvikehygieniää ja tuoteturvallisuutta. Parhaimman hymyn saamiseen edellytetään lainsäädännön noudattamista. Aina, kun Oiva hymyilee, elintarviketurvallisuus on kuluttajan kannalta yrityksessä hyvällä tasolla.

S-ryhmän ruokakaupoista 56 prosentissa oli Oiva-tarkastus vuonna 2013. Oiva-raportin tulos oli oivallinen tai hyvä 95 prosentissa, korjattavaa oli 5 prosentissa. S-ryhmän ruokakaupoista yksikään ei saanut huonoa arviota Oiva-tarkastuksissa.

S-ryhmän ravintoloista noin 30 prosentissa tehtiin Oiva-tarkastus vuonna 2013. Kahta lukuunottamatta kaikissa ravintoloissa Oiva-raportin tulos oli oivallinen tai hyvä. Kahdesta ravintolasta löytyi korjattavaa, mutta yksikään S-ryhmän ravintola ei saanut huonoa arviota Oiva-tarkastuksissa.



Kuva: Evira



Tutustu Oiva-hymiöihin

Tuotteiden turvallisuus on avainasia



Toimintamallit kunnossa tuotevirheiden varalta

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



Vuonna 2013 päivittäistavara-kaupan oma merkki -tuotteita vedettiin takaisin myymälöistä 23 kertaa ja käyttötavara-kaupan tuotteita 14 kertaa.

Tuotteen takaisin veto kuluttajilta tehdään aina, jos on syytä epäillä, että tuote voi aiheuttaa kuluttajalle terveysvaaraa. Samalla periaatteella toimitaan kaikissa EU-maissa. S-ryhmän päivittäistavara-kaupassa oma merkki -tuotteiden takaisin vetoja kuluttajalta saakka tehtiin 11 (2012: yksi) ja käyttötavara-kaupassa näin toimittiin kolme kertaa (2012: yksi).

Kuuntelemme aktiivisesti asiakkaidemme ääntä laadunvarmistustyössä. Kaikki reklamaatiot ja tuotepalautteet käsitellään tarkkaan ja viestiä viedään eteenpäin tavarantoimittajille ja valmistajille. Päivittäistavara-kaupan omien merkkien valmistuksessa kuluttajapalautteita käytetään hyväksi myös tuotekehityksessä ja tavarantoimittajien valinnassa. Vuonna 2013 S-ryhmän kuluttajapalvelut vastaanottivat ja käsittelivät yhteensä 61 961 (2012: 58 587) oma merkki -tuotteita koskevaa kuluttajapalautetta, joista 19 601 (2012: 16 890) koski päivittäistavara-kaupan tuotteita ja 42 360 (2012: 41 697) käyttötavara-kaupan tuotteita.

KULUTTAJAPALAUTETTA

61 961

S-ryhmän kuluttajapalvelut vastaanotti ja käsitteli 61 961 oma merkki -tuotteita koskevaa kuluttajapalautetta vuonna 2013.

Tuotteiden turvallisuus on avainasia



Datura-rikkakasvin siemeniä Rainbow-pakasteessa

Vuoden 2013 toukokuussa S-Kuluttajaneuvontaan tuli vakavia yhteydenottoja asiakkailta, jotka epäilivät sairastuneensa Rainbow Ruokaisat pannukasvikset -pakasteesta. Samaan aikaan kuluttajaneuvonta sai yhteydenoton asiakkaalta, joka oli havainnut samassa tuotteessa sinne kuulumattoman siemenkodon.

Ryhdyimme välittömästi selvittämään asiaa asiakkaan lähettämien kuvien perusteella. Tuotteen valmistaja tunnisti, että kyseessä oli datura-rikkakasvin eli hulluruohon siemenkoda. Valmistaja pystyi pikaisesti jäljittämään tuotteeseen käytetyt raaka-aine-erät sekä tunnistamaan, että rikkakasvin lähde oli romanopavut.

Tuotteiden jakelun ja myynnin keskeytys sekä takaisinvento kuluttajilta käynnistettiin välittömästi. Varotoimenpiteenä vedettiin pois markkinoilta myös saman valmistajan toinen romanopapua sisältävä tuote. Myynnin keskeytys varmistettiin tuotteiden myynninestolla kassajärjestelmässä.

Tämä poikkeuksellisen ikävä tapahtuma laukaisi toimenpiteet, joihin ei koskaan aiemmin ollut tarvinnut ryhtyä. Äärimmäisenä keinona tavoittaa kyseistä tuotetta ostaneet henkilöt pyysimme viranomaiselta eli Eviralta lupaa yhdistää asiakasomistajarekisterin ja kassatietojärjestelmän tiedot, jotta tuotteen ostaneisiin henkilöihin voitiin olla suoraan yhteydessä. Rainbow Ruokaisia pannukasviksia ostaneille asiakasomistajille lähetettiin välittömästi tekstiviestit, sähköpostiviestit ja kirjeet. Yhteensä tapauksesta oltiin yhteydessä 30 581 asiakkaaseen.

Välittömien toimenpiteiden jälkeen vierailimme tuotteen valmistajan tehtaalla. Vierailun aikana kävimme läpi tuotantolaitosten laadunvarmistustoimenpiteet ja toimenpiteet suhteessa romanopapujen viljelijöihin. Laadunvarmistustoimenpiteitä tehtaalla on tehostettu, ja koko henkilökunta sopimusviljelijöiden lisäksi on koulutettu uudelleen datura-tapauksen jälkeen. Erityisesti daturan ja muiden myrkyllisten rikkakasvien vaarallisuutta on korostettu, jotta henkilökunta ymmärtää, kuinka suuria riskejä rikkakasveihin liittyy. Henkilökunnalta edellytetään jokaisessa tuotantovaiheessa äärimmäisen suurta tarkkuutta. Kasvisten pesu- ja pakkauslinjastoilla olevien sekä biologisia että muita epäpuhtauksia havaitsevien skannereiden säätöön on kiinnitetty erityistä huomiota. Näin skannerit havaitsevat tuotteisiin kuulumattomat epäpuhtaudet entistä paremmin. Lisäksi Rainbow-tuotteisiin käytettävän romanopavun hankintalähde on vaihdettu Espanjasta Belgiaan, jossa datura-rikkakasville on epäsuotuisat kasvuolot.

Tuotteiden turvallisuus on avainasia



Kemikaalit tarkastelussa

Haluamme tarjota asiakkaillemme vain sellaisia tuotteita, joita on turvallista käyttää. Vaateteollisuudessa kemikaalien käyttöä arvoketjun eri vaiheissa on vaikea välttää. Kun vaatteita esimerkiksi tuodaan kaukomailta, pitää niiden myyntikuntoisuus säilyttää pitkältä kuljetusmatkasta huolimatta. Tämä asettaa vaatimuksia tuotteiden suojaamiselle kuljetuksen aikana.

EU-lainsäädäntö ja kansallinen lainsäädäntö asettavat rajat 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.

ÖKO TEX -SERTIFIOITUA TUOTETTA

1 044

S-ryhmän valikoimissa olevien Öko Tex -sertifioitujen tuotteiden lukumäärä vuonna 2013.

S-ryhmän käyttötavarakaupan valikoimissa on myös 1 044 Öko Tex-sertifioitua tuotetta (2012: 915 kpl), 57 Joutsenmerkittyä (2012: 61 kpl) ja 114 EU-kukkatuotetta (2012: 129 kpl), joiden valmistuksessa kemikaalien käyttöä on rajoitettu enemmän kuin lainsäädäntö vaatii.

Käyttötavarakaupan hankinnassa tehdään myös omaa kemikaalitestauksia lakisääteisen viranomaisvalvonnan lisäksi. Myös Tullilaboratorio tekee pistokokeita kaikkien tuotteiden osalta osana tuonnin valvontaa.

Ikärajavalvonta tiukentui

Ikärajavalvonta on tärkeä osa päivittäistavarakaupan vastuullisuustyötä. Jotta alkoholia tai tupakkatuotteita ei päätyisi alaikäisille, on tuotteita myyvän kassahenkilöstön valppaus ja osaaminen erityisen tärkeässä roolissa. Tästä syystä kaikki S-ryhmän ruokakaupassa työskentelevät suorittavat ikärajapassin, jonka tarkoituksena on antaa henkilökunnalle paremmat valmiudet varmistaa, ettei ikärajavalvottavia tuotteita päädy alaikäisille. Ikärajatarkastukset kirjataan kassajärjestelmään, kuten myös muun muassa alkoholin ja tupakan välitysepäilyt. Näitä kirjauksia seurataan kuukausittain myymäläkohtaisesti.

IKÄRAJATARKASTUKSIA

500 000

S-ryhmän ruokakaupoissa kysyttiin henkilötodistusta noin 500 000 krt/kk vuonna 2013.

Alkoholi- ja tupakkatuotteiden ikärajavalvonta laajeni suomalaisissa päivittäistavarakaupoissa tammikuussa 2013. Tästä päivämäärästä eteenpäin kassahenkilöstö on ohjeistettu tarkistamaan alkoholijuomien, tupakkatuotteiden ja tupakointivälineiden oston yhteydessä asiakkaan ikä aina, jos asiakas vaikuttaa alle 30-vuotiaalta. Aiemmin vastaava viiteikä on ollut 23 vuotta. Uuden käytännön myötä kassajärjestelmään tehtävien ikärajavalvontakirjausten määrä moninkertaistui S-ryhmän ruokakauppojen kassoilla. Vuonna 2013 henkilötodistusta kysyttiin keskimäärin 500 000 kertaa kuukaudessa.

Vastuullisia palveluja ja kehitystyötä

S-ryhmässä tehdään jatkuvaa kehitystyötä asiakasomistajien arjen helpottamiseksi. Viime vuonna huomiota kiinnitettiin muun muassa erilaisiin ostamisen tapoihin.

Ruokakaupan uudet tuulet

Suomalainen ruokakauppa otti askeleen kohti uusia palveluratkaisuja, kun S-ryhmä avasi ensimmäiset pikakassansa asiakaskäyttöön kesäkuussa 2012 S-market Vallilassa Helsingissä. Uudessa pikakassakonseptissa asiakas 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 ikärajavalettavien tuotteiden myyntiä. Paljon myönteistä palautetta asiakkailta saaneita pikakassoja pidetään kätevinä erityisesti pienten ja nopeiden ostosten kanssa. Vuonna 2013 pikakassoja oli käytössä 11 S-marketissa eri puolella Suomea. Lisäksi pikakassoja on kahdessa Tallinnan Prismassa.

S-ryhmän päivittäistavarakaupan ja Digital Foodie Oy:n rakentama Foodie.fi-palvelu on kehittynyt digitaalisesta ruoka-apulaudesta vuorovaikutteisuutta vahvasti hyödyntäväksi sosiaalisesti yhteiseksi. Vuoden 2013 lopussa palvelulla oli jo lähes 180 000 käyttäjää. Foodie.fi-palvelusta löytyvät täydelliset hinta- ja valikoimatiedot kaikista S-ryhmän päivittäistavaramyymälöistä. Tällainen ruokakaupan läpinäkyvyys on harvinaista jopa maailmanlaajuisesti.



Tutustu Foodie.fi-palveluun



Katso, miten pikakassa toimii



Kuva: Lauri Mannermaa

Vastuullisia palveluja ja kehitystyötä



Sokos Hotels -ketjun täyttämät Allergiatunnuksen kriteerit



Savuttomia ja eläin-
pölyttömiä huoneita



Hajusteettomat
hygieniatuotteet



Allergiaystävälliset
sisustus- ja pintamateriaalit



Hajusteettomat pesu- ja
puhdistusaineet



Kriteerit täyttävä
ilmanvaihto

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).

Sokos Hotellit ja Allergia- ja astmaliitto aloittivat yhteisen kehitystyön jo vuonna 2006. Kehitysprojektissa on parannettu erityisesti hotelli-huoneiden 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. Vuonna 2012 Allergia- ja astmaliitto myönsi Vuoden allergiateko -tunnustuksen Sokos Hotelleille.

Vastuullisia palveluja ja kehitystyötä



Ruokalista pistekirjoituksella

Rossoissa näkövammaiset asiakkaat on huomioitu pistekirjoitusruokalistalla. Tavoitteena on tarjota näkövammaisille samanlaiset palvelut kuin muillekin asiakkaille. Ruokalista tuotetaan yhteistyössä näkövammaisten keskusliiton kanssa.

Autot liikkeelle sähköllä ja kaasulla

Suomen ensimmäinen julkinen kaupallinen pikalatauspiste täyssähköautoille avattiin ABC Nihtisiltaan Espooseen syksyllä 2012. Pisteitä oli vuoden 2013 lopussa seitsemän kappaletta. Vaikka kotona ja työpaikoilla tapahtuva hidas lataus on sähköauton käyttäjälle todennäköisesti käytetyin latausmuoto, julkinen ja helposti saavutettava pikalatausverkosto pidentää auton toimintasädettä ja varmistaa keskeytyksettömän matkanteon. Tarjoamalla julkista latausmahdollisuutta sähköauton käyttäjille tuetaan päästöttömämmän liikenteen kehitystä ja madalletaan sähköauton käyttöönottokynnystä.

ABC haluaa tarjota mahdollisuuksia myös kaasuautoiluun. Ketjun kolmas, Gasumin ylläpitämä kaasuntankkauspiste avattiin kesäkuussa Lohjan Tytyrissä.

Kattavat ja laajat pankkipalvelut kautta maan

S-ryhmä lanseerasi marraskuussa 2013 S-mobiilin, jossa yhdistyvät mobiilipankki ja asiakkuusomistajuuden hyödyt. S-mobiilin pankkiosiossa voi muun muassa tarkistaa S-Tilin saldon ja maksaa laskuja, missä ja milloin tahansa. Sovelluksella voi myös tarkistaa bonuskertymän ja saada S-ryhmän parhaat edut suoraan omaan matkapuhelimeen. S-mobiili laajensi entisestään S-Pankin asiakasomistajille tarjoamaa palvelukanavavalikoimaa.

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-Pankin palvelut olivat asiakasomistajien käytössä yhteensä yli 700 S-ryhmän toimipaikassa. Kaikki peruspankkipalvelut ovat maksuttomia osuuskauppojen asiakasomistajille. S-Pankki osti elokuussa 2013 osakeenemmistön sijoituspalvelutalo FIMistä. Kaupan myötä S-Pankin tuotevalikoima laajeni rahastosäästämiseen ja varainhoitoon.



Käytännön vinkkejä kauppareissulle löydät vastuullisen kuluttajan osto-opaasta (PDF)

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. Opettajat voivat tilata opasta maksutta SubjectAid-palvelun kautta. Opasta tilattiin vuonna 2013 yli 10 000 kappaletta ja se oli yksi tilatuimmista SubjectAidin materiaaleista viime vuonna.

Resurssitehokkuus



Kohti parempaa resurssitehokkuutta



Laajasta ja kattavasta toimipaikkaverkostosta johtuen S-ryhmä kuluttaa runsaasti energiaa ja tuottaa paljon jätettä. Tämän vuoksi harkittu resurssien käyttö on kaiken perusta. Kiinnittämällä erityistä huomiota oman toimintansa energiatehokkuuteen, uusiutuviin energiamuotoihin, jätteiden vähentämiseen sekä tehokkaaseen jätteiden hyötykäyttöön S-ryhmä vaikuttaa omalta osaltaan kestävään kehitykseen.

S-ryhmässä on vuonna 2012 määritelty keskeisimmät resurssitehokkuuden kehittämisaalueet, joihin kiinnitämme erityistä huomiota. Vuodesta 2013 alkaen on tehty töitä näiden kehittämisaalueiden eteen, ja työ on jo alkanut tuottaa tulosta.



Keskeisimmät resurssitehokkuuden kehittämisaalueet

1

Toimipaikkakohtainen
tavoite-energiankulutus

2

Energiatehokas ja
tarkoituksenmukainen
valaistus

3

Jätteen määrän
vähentäminen

4

Tehokas jätteen hyöty-
käyttö ja kaatopaikkajätteen
määrä 0 kg

Avainasemassa tavoitteellinen energiansäästö



Panostamalla oman toimintansa energiatehokkuuteen, uusiutuviin energiamuotoihin ja tukemalla asiakasomistajia energiansäästöissä, S-ryhmä haluaa vaikuttaa osaltaan globaaleihin vastuullisuuden megatrendeihin, kuten ilmastonmuutokseen. Myös sidosryhmämme odottavat meiltä järkevää energiankäyttöä ja panostusta uusiutuviin energiamuotoihin.

S-ryhmässä tehdään jatkuvaa työtä energian säästämiseksi ja energiankäytön tehostamiseksi. Tärkeintä on kehittää kulutusseuranta ja asettaa konkreettisia tavoitteita.

S-ryhmä on mukana kaupan alan, majoitus- ja ravitsemiskaupan sekä liikenne- ja lämmityspolttonesteitä koskevis- sa 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 kiinnitetään erityistä huomiota.

Yksi tavoitteistamme on, että vuoteen 2016 mennessä S-ryhmän kaikille toimipaikoille määritellään yksilöllinen tavoite-energiankulutus. Kun jatkossa kaikilla toimipaikoilamme 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 kiinteistö-

konsepteihin, huolehtimalla asianmukaisista automaatio- ja ohjaustavoista, hyödyntämällä uutta tekniikkaa valaistuksessa sekä kiinnittämällä huomiota käyttötottumuksiin.

Kulutusseuranta kertoo, missä mennään

Energiankäyttö on S-ryhmässä tehostunut jatkuvasti. Vuonna 2013 S-ryhmän toimipaikkojen sähkön ja lämmön mitattu kokonaiskulutus oli yhteensä 1 594 gigawattituntia (2012: 1 619 GWh). Suhteellinen energiankulutus vuonna 2013 oli 333 kilowattituntia bruttoneliötä kohden (2012: 361 kWh/brm²), joten suhteellinen energiankulutus on laskenut vuoden aikana 7,8 prosenttia. Vuoden 2010 tasoon verrattuna (2010: 441 kWh/brm²), suhteellinen energiankulutus on laskenut 24,5 prosenttia. Vuoden 2010 tasoon verrattuna osa energiankäytön tehostumisesta on kuitenkin laskennallista, sillä vuosina 2010–2011 kulutus-tiedoissa ja bruttoneliöissä oli mukana myös laskennallista tietoa mitatun tiedon lisäksi.

LÄMMÖNKULUTUSTA

-9,5 % 

S-ryhmä kulutti lämmitysenergiaa 9,5 % vähemmän kuin vuonna 2013.

Vuonna 2013 S-ryhmän energiankulutusseurannan piirisä oli 4,78 miljoonaa bruttoneliötä (2012: 4,51 milj. brm²). Pinta-alan kasvu johtuu osittain uusista toimipaikoista, osittain vanhojen toimipaikkojen laajentamisesta. Esimerkiksi Kannelmäen Prisma Helsingissä laajentui vuonna 2013 Kauppakeskus Kaareksi.

S-ryhmässä kulutettiin sähköä vuonna 2013 yhteensä noin 1 176 gigawattituntia (2012: 1 157 GWh), mikä on saman verran kuin kaikkien suomalaisten kotitalouksien pyykinpesuun kuluva sähkö kolmen vuoden aikana. Sähkönkulutus on kasvanut hieman edellisvuoteen verrattuna. Kulutuksen muuttumiseen vaikutti lämmin kesäkausi. S-ryhmän sähkönkulutuksesta lähes kolmasosa kuluu kylmän tuottamiseen päivittäistavaramyymälöissä. Kylmäjärjestelmä joutuu kuumana kesänä työskentelemään enemmän, jolloin myös sen sähkönkulutus nousee.

Avainasemassa tavoitteellinen energiansäästö



Lämpöenergian (kaukolämpö, maalämpö, öljy ja maa-kaasu) sääkorjattu kulutus oli noin 418 gigawattituntia (2012: 462 GWh), mikä tarkoittaa noin 9,5 prosentin vähennystä lämmönkulutuksessa. Lämmitysenergian sääkorjattu kulutus onkin jatkanut laskuaan aiempien vuosien tapaan. Sääkorjauksessa mitattu lämmitysenergiankulutus normeerataan ns. normaalivuoden säätietoja vastaavaksi. Noin kolme prosenttia kulutuksen alenemisesta selittyä sääkorjauksessa käytettävän valtakunnallisen normaali-vuoden muutoksesta, sillä uuden vertailujakson lämmitys-tarveluvut ovat hieman edellistä jaksoa alhaisempia. Ener-giankäytön tehostamistoimenpiteistä lämmitysenergian kulutukseen vaikuttavat eniten ilmanvaihtojärjestelmien asetusarvo- ja ohjaustapamuutokset sekä lämmöntalteen-ottojärjestelmien toiminnan parantaminen.

Vedenkulutus oli vuonna 2013 noin 1,87 miljoonaa kuu-tiota (2012: noin 1,76 miljoonaa m³) kasvaen noin kuusi prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. S-ryhmässä merkittävin vedenkulutus syntyy ABC-liikennemyymälöissä ja hotelleissa. Merkittävimpana syynä vedenkulutuksen kasvuun on tarkentunut raportointi ja kulutusseurannan piirissä olevien kohteiden lukumäärän kasvu.

Energia-tietojen raportointitaso on parantunut ja tiedot ovat edellistä vuotta kattavampia. Raportoidut luvut perustuvat rakennus- tai huoneistokohtaisesti mitattuihin ja raportoi-tuihin tietoihin ja kattavat kiinteistöjen pinta-alatietojen osalta 88 prosenttia, energiankulutuksen osalta 82 pro-

senttia ja vedenkulutustietojen osalta 62 prosenttia seu-rannassa olevista kohteista. Tietojen kattavuus on paran-tunut kaikilla osa-alueilla. S-ryhmän puuttuvia kulutustie-toja ei ole huomioitu laskennallisesti. Raportoimattomat tiedot on jätetty huomioimatta, jotta vertailtavuus eri vuo-sien raportoitujen tietojen osalta pysyy hyvänä. Kattavim-mat tiedot ovat Prisma-, S-market- ja ABC Deli -ketjuista sekä liikennemyymälöistä, hotelleista ja pienmyymälöistä (Alepa ja Sale).

Toimenpiteet energiankäytön tehostamiseksi

S-ryhmässä energiaa kuluu karkeasti jakaen neljään isoon asiaan: kylmäteknikkaan, valaistukseen, ilmanvaihtoon ja lämmitykseen. Energiatehokkuus huomioidaan sekä osana jokapäiväistä työtä että uusia toimipaikkoja rakennettaessa ja vanhoja toimipaikkoja uusittaessa. Esimerkiksi kylmä-laitteiden energiankäyttöä on tehostettu merkittävästi. Kylmälaitteiden korvaamista ovellisilla ja kannellisilla kylmäkaapeilla ja -altailla on jatkettu suunnitelmien mu-kaisesti aina laitteiden uusimisen yhteydessä. Myös kaikki uudet kylmälaitteet ovat ovellisia ja kannellisia.

Jatkossa huomiota kiinnitetään entistä enemmän valais-tukseen. Valaistusratkaisujen kehittämisessä on huomioitu yleisvalaistustason vähentäminen alueilla, joissa on kalus-te- ja tuotevalaistusta. Tavoitteena on vähentää epäolen-naisten asioiden valaisua, mutta huolehtia samalla tuot-

teiden riittävästä valaistuksesta, jotta esimerkiksi tuote-selosteiden lukeminen onnistuu myös heikompiäköisiltä. Ledivalaistus yleistyy kaluste- ja tuotevalaisimissa sekä mainosvaloissa. S-ryhmässä on kokeiltu myös kokonaisen myymälän valaisua ledivalaisimilla. Toukokuussa 2013 avattiin Osuuskauppa KPO:n Sale Lohtaja, joka on ensim-mäinen S-ryhmän myymälä, joka valaistaa kokonaan ledivalaisimilla.

Yksi merkittävä energiansäästökeino on kiinteistöjen energiankäytön etähallinta. Vuonna 2013 etähallinnan piiriin siirtyi kaksi uutta osuuskauppaa ja tällä hetkellä sen piirissä on SOK:n ja 12 alueosuuskaupan noin 300 kiinteistöä. Etähallinnassa kiinteistöjen taloteknistä toi-mivuutta seurataan keskitetysti. Tämän lisäksi kohteisiin tehdään säännöllisesti niin kutsuttuja kenttäkäyntejä, joissa selviävät myös mahdolliset kiinteistöjen viat ja puutteet. Kenttäkäyntejä tehtiin vuonna 2013 noin 500. Toimintamalli on tuottanut tulosta ja joissain tapauksissa energiankulutusta on pystytty pienentämään. Kokonai-suudessaan etävalvontakohteiden energiakustannukset ovat olleet laskennallisesti noin 1,8 miljoonaa euroa pie-nemmät vuonna 2013 kuin vuonna 2012.

S-ryhmässä yksi suurimmista sähkönkuluttajista on kyl-män tuottaminen. Perinteisesti kylmä on tuotettu erilaisilla halogeenihiilivetypohjaisilla kylmäaineilla eli HFC-aineilla. Näiden kylmäaineiden ongelmana on niiden korkea GWP-arvo, joka kuvaa niiden ilmakehää lämmittävää vaikutusta



Avainasemassa tavoitteellinen energiansäästö

verrattuna hiilidioksidiin. EU:ssa tullaan kieltämään korkean GWP-arvon kylmäaineet. Kielto astuu voimaan asteittain siten, että 1.1.2020 alkaen nykyään yleisimpiä kylmäaineita (GWP enemmän kuin 2500) ei enää saa käyttää uusissa kylmlaitoksissa. Huollossa näiden aineiden käyttö loppuu 1.1.2030. S-ryhmä varautuu kieltoon jo nyt. S-ryhmässä on linjattu, että uusissa kylmlaitoksissa käytetään kylmäaineena hiilidioksidia, jonka GWP-arvo on yksi. Hiilidioksidikylmlaitoksia löytyykin jo noin 70:stä S-ryhmän myymälästä. Mikäli hiilidioksidikylmlaitos suunnitellaan ja toteutetaan hyvin, on mahdollista tehostaa energiankäyttöä 5–10 prosenttia perinteiseen kylmlaitokseen verrattuna.

S-ryhmässä ollaan laatimassa myymälöille ja hotelleille energiatodistuksia, jotka uuden lain mukaan perustuvat laskennalliseen energiankulutukseen. Virallinen laskentatapa keskittyy arvioimaan pelkästään rakennuksen energiankulutusta, eikä ota huomioon kaupan kylmää, johon päivittäistavaramyymälöissä kuluu noin puolet energiankulutuksesta. Energiankäytön vähentämisen kannalta onkin usein kannattavaa panostaa kylmäjärjestelmän energiatehokkuuteen, vaikka se ei energiatodistuksen energialuokassa näyäkään. Merkittävimpiä keinoja ovat ovelliset kylmäkalusteet, kannelliset pakastekalusteet sekä mahdollisimman tehokas kylmäntuotanto. Rakennuksen energiankulutuksen alentamisessa valaistuksen ohjaus ja valaistustasojen säätäminen tarpeen mukaan ovat tärkeimpiä toimenpiteitä, joihin S-ryhmässä on ryhdytty.

Sale Enonkoski, osuuskaupan optimimyymälä

Myymälärakennuksen elinkaarikustannuksia arvioitaessa tarkastellaan myös eri teknisten järjestelmien käyttökustannuksia pelkän investointihinnan sijasta. Niistä energiakustannukset muodostavat yleensä suurimman yksittäisen kuluerän.

Energiatehokas Sale avattiin Enonkoskella maaliskuussa 2013. Merkittävimpiä energiankulutukseen vaikuttavia eroja ”normimyymälään” ovat muun muassa parannettu lämmöneristys ja ilmatiiviys ala- ja yläpohjassa sekä seinissä. Sen lisäksi kaupan sisäkorkeutta ja tilavuutta on optimoitu. Tuulikaappi on toteutettu kahdella oviverhopuhalltimella: ulko-ovien oviverhoksi puhalletaan ilmaa, jolla katkaistaan ulkoa tuleva kylmä ilmavirta ovien ollessa auki. Sisemmällä ovilla oleva puhallin lisäksi lämmittää tuulikaappia puolilämpimäksi tilaksi.

Valaistuksessa käytetään energiatehokkaita valaisimia ja valaistusvoimakkuutta säädetään tarpeen mukaan. Valaistusta kohdistetaan entistä paremmin tuotehyllyille lattian sijaan ja valaistuksen ohjausjärjestelmä on tavallista monipuolisempi.

Myös käyttöön otettu myymälätekniikka on nykyaikaista energiaa ja ympäristöä säästävää. Kylmäntuotosta vapautuva lämpö hyödynnetään rakennuksen lämmitykseen. Kaikki kylmäkalusteet ovat kannellisia ja ovellisia malleja ja kylmlaitteissa käytetään tehokasta sekä luonnollista CO₂-kylmäainetta. Näillä ratkaisuilla pyritään 40 prosentin energiansäästöön verrattuna perinteiseen kylmäjärjestelmään. Myymälän kokonaisenergiankulutus on vain puolet keskimääräisen Salen kulutuksesta.

Avainasemassa tavoitteellinen energiansäästö



Energian hankinta ja alkuperä keskeisessä roolissa

S-ryhmä on kokonaisuutena suuri sähkönkäyttäjä, sillä käytämme reilussa 1 600 toimipaikassamme yli prosentin kaikesta Suomessa kulutetusta sähköstä. Tämä tarkoittaa, että olemme Suomen kymmenen suurimman sähkönkäyttäjän joukossa. S-ryhmän sähkön hankinnasta vastaa S-Voima Oy, jonka toiminnan tarkoitus on parantaa S-ryhmän liiketoiminnan kilpailukykyä tehokkaalla sähköenergian hankinnalla ja tuottamalla hiilidioksidivapaata energiaa.

S-ryhmän vuoden 2013 mitatusta sähkönkulutuksesta 83 prosenttia oli S-Voima Oy:n hankkimaa Kimppasähköä ja 17 prosenttia alueosuuskauppojen omaa sähkönhankintaa valtakunnallisilta ja alueellisilta sähkölaitoksilta. TuuliWatti Oy on vuonna 2009 perustettu teollisen tuulivoiman osakkuusyritys, jonka energiayhtiö St1 Oy ja S-ryhmän S-Voima Oy omistavat tasaosuuksin. TuuliWatti Oy on Suomen johtava tuulivoima-alan toimija ja edelläkävijä, joka panostaa toiminnassaan uusimpaan teknologiaan. Yhtiö kehittää ja rakentaa tuulipuistoja tähdäten lähivuosina merkittävän tuulivoimakapasiteetin rakentamiseen eri puolille Suomea.

TuuliWatti Oy:llä on tällä hetkellä 35 toiminnassa olevaa tuulivoimalaa. Vuonna 2013 rakennettiin yhteensä 19 uutta tuulivoimalaa, mikä vastaa 51 prosenttia koko Suomen kyseisen vuoden uudesta tuulivoimakapasiteetista. Lisäksi rakenteilla on jo 43 tuulivoimalaa, jotka valmistuvat vuosien 2014–2015 aikana. Toteutuessaan tuotantomäärä vastaa noin 16 prosenttia Suomen hallituksen ilmasto- ja energiastrategiassaan linjaamasta tuulisähkötavoitteesta vuodelle 2020 ja noin 430 000 kerrostaloasunnon tarvitsemää käyttö sähköä.

S-ryhmä on investoinut merkittävästi tuulivoimahankkeisiin. Tavoitteena on, että vuonna 2016 puolet S-ryhmän sähkönkulutuksesta tuotetaan omalla tuulivoimalla. Vuonna 2013 S-ryhmän sähkönkulutuksesta 9,2 prosenttia katettiin omalla tuulisähköllä.

Tuulivoimaan panostaminen ei vähennä S-ryhmässä tehtävien energiasäästötoimenpiteiden painoarvoa. Mahdollisimman energiatehokas toiminta on kaikkien S-ryhmän ketjujen yhteinen tavoite.



Vuonna 2013 rakennettujen tuulivoimaloiden määrä.



Toiminnassa olevien TuuliWatti Oy:n tuulivoimaloiden määrä vuonna 2013.

Avainasemassa tavoitteellinen energiansäästö



S-ryhmä osallistui WWF:n Näytä Voimasi -kampanjaan

WWF:n globaali Näytä Voimasi -energiakampanja haastoi kaikki Suomen kunnat, muut julkiset toimijat ja yritykset investoimaan uuteen tuuli- tai aurinkoenergiaan. S-ryhmä otti haasteen vastaan ja sitoutui tuulienergian lisäinvestointeihin TuuliWatti Oy:n hankkeen kautta. Hankkeessa rakennetaan kaksi 5 MW:n tuulivoimalaa Salon Märynummelle. Suomen tähän asti tehokkaimmat tuulivoimalat valmistuvat vuonna 2014.

Uusiutuvaan, ympäristöystävälliseen ja päästöttömään tuulienergiaan panostaminen on investoimista tulevaisuuteen. Se on yksi keino, jolla S-ryhmä voi omalta osaltaan vaikuttaa globaaleihin haasteisiin, kuten ilmastonmuutokseen.

"Salon Märynummen investointi on Suomen mit-takaavassa todella merkittävä. S-ryhmä osoittaa positiivisella esimerkillään, että siirtymä kohti täysin uusiutuvaan energiaan pohjaavaa tulevaisuutta on mahdollinen."

Hanna-Liisa Kangas, Ilmastovastaava, WWF Suomi

Päästöt hallintaan



Maaperään ja ilmakehään päätyvien päästöjen ehkäiseminen ja tavoitteellinen vähentäminen ovat tärkeä osa S-ryhmän ympäristövastuuta. S-ryhmän toiminnasta ilmakehään päätyy etenkin kasvihuonekaasuja, mutta myös haihtuvia orgaanisia yhdisteitä eli VOC-päästöjä. Polttonesteenjakelu taas aiheuttaa riskin maaperän ja pohjavesien pilaantumiselle.

S-ryhmän toiminnasta aiheutuvat kasvihuonekaasupäästöt sisältävät kulutetun energian ja tämän energian tuottamisesta aiheutuneet hiilidioksidipäästöt sekä kotimaan- ja tuontikuljetuksista ja työmatkoihin liittyvästä lentomatkustamisesta aiheutuvat kasvihuonekaasupäästöt.

S-ryhmän sähkön ja lämmöntuotannon hiilidioksidipäästöt vuonna 2013 olivat reilut 318 000 tonnia (2012: 348 000 t). Sähkön ja lämmön osalta raportointivuoden päästöt laske- taan aina edellisen vuoden ominaispäästökerrointa käyt- täen. Tämä johtuu siitä, että raportointivuoden päästöker- toimet valmistuvat vasta S-ryhmän vastuullisuuskatsauk- sen ilmestymisen jälkeen. Päästökertoimet vaihtelevat vuosittain ja riippuvat Suomessa käytetyistä energiantuo- tannon polttoaineista. Koska S-ryhmä käyttää suurelta osin ostoenergiaa, ei S-ryhmä voi täysin vaikuttaa oman ener- giankulutuksensa päästöihin. S-ryhmä panostaa kuitenkin merkittävästi oman tuulivoiman rakentamiseen. Tämä ei vielä näy oheisissa päästöluvuissa, sillä päästöt on lasket- tu vuoden 2012 päästökertoimilla.

Kuljetusten päästöt

Logistiikan merkittävimmät ympäristövaikutukset muodos- tuvat kuljetusten energiankulutuksesta ja päästöistä ilma- kehään. S-ryhmän päivittäis- ja käyttötavaroiden logistiik- kayhtiö Inex Partners Oy sekä hotellien ja ravintoloiden hankinta- ja logistiikkayhtiö Meira Nova Oy edellyttävät kuljetusyrityksiltä sitoutumista toimintansa jatkuvaan parantamiseen ympäristövaikutusten pienentämiseksi.

Inex Partnersin sopimuskumppaneina olevia kuljetusliik- keitä seurataan erikseen laadittavan seurantaohjelman mukaisesti. Seurantakäynneillä kartoitetaan muun muassa kuljettajille järjestetyt taloudellisen ajotavan koulutukset, lämpötilaseuranta, hygieniä, kuormien täyttöasteet, reit- tien optimointi, polttoaineen kulutus sekä kuljetuskaluston taso – esimerkiksi moottorien euroluokitus. Vuonna 2013 Inex Partners auditoi yhden kuljetusliikkeen (2012: 2 kpl). Kuljetusten ympäristönäkökohdat pyritään ottamaan huo- mioon valitsemalla optimaaliset kuljetusreitit, kuljettamalla

täysiä kuormia, hyödyntämällä paluulogistiikkaa ja käyt- tämällä nykyaikaiset ympäristövaatimukset täyttävää kalustoa.

Inex Partners ja Meira Nova seuraavat kuljetusten pääs- töjä vuosittain kuljetusliikkeille tehtävällä kyselyllä, jossa kysytään muun muassa ajatut kilometrit, polttoaineen ku- lutus ja ajoneuvoluokitus. Päästöt lasketaan kuljetettujen tonnien ja polttoaineen kulutustietojen perusteella käyt- täen VTT:n Lipasto-mallin päästökertoimia. Vuoden 2013 luvut kattavat kotimaan kuljetusten osalta 83 prosenttia ja ulkomaan kuljetusten osalta 48 prosenttia käytetyistä kuljetusliikkeistä.

Vuonna 2013 Inex Partnersin kotimaan kuljetusten kasvi- huonekaasupäästöt olivat yhteensä reilut 49 000 tonnia (2012: 40 490 t). Kuljetettua tonnia kohti kotimaankul- jetusten kasvihuonekaasupäästöt olivat 18,7 kiloa (2012: 16,6 kg). Kotimaan kuljetusten päästöjen kasvu selittyy kuljetusmäärien kasvulla. Vuonna 2013 Inex

Päästöt hallintaan



Partnersin ulkomaan kuljetusten kasvihuonekaasupäästöt olivat yhteensä reilut 20 480 tonnia (2012: 15 518 t). Kuljetettua tonnia kohti ulkomaan kuljetusten kasvihuonekaasupäästöt olivat 154 kiloa (2012: 82,6 kg). Ulkomaan kuljetusten päästöjen suhteellisessa kehityksessä on suurta heilahtelua, koska lähtötietojen luotettavuus vaihtelee. Tietojen saanti ulkomaan kuljetuksista on vaikeaa ja vuoden 2013 osalta alle puolet kuljetusliikkeistä vastasi kyselyyn. Lisäksi kuljetusliikkeet raportoivat kaikki kuljetuspäästönsä, eivätkä erittelle Inex Partnersin osuutta kuljetustensa päästöistä.

Inex Partnersin kotimaan kuljetusliikkeistä 59 prosentilla on laatu- tai ympäristöjärjestelmä ja ulkomaan kuljetusliikkeistä 70 prosentilla. Kotimaan kuljetusliikkeistä 59 prosenttia on liittynyt tavarankuljetuksen energiatehokkuussopimukseen. Taloudellisen ajotavan koulutusta on saanut 84 prosenttia kotimaan kuljetusten kuljettajista ja 88 prosenttia ulkomaan kuljetusten kuljettajista.

Meira Novan kotimaankuljetusten kasvihuonekaasupäästöt vuonna 2013 olivat yhteensä 4 965 tonnia (2012: 4 996 t). Kuljetettua tonnia kohti kotimaankuljetusten kasvihuonekaasupäästöt olivat 25,4 kiloa (2012: 27,5 kg). Kuljetusliikkeistä 86 prosentilla on laatu- tai ympäristöjärjestelmä ja 36 prosenttia kuljetusliikkeistä on liittynyt tavarankuljetuksen energiatehokkuussopimukseen. Taloudellisen ajotavan koulutusta on saanut 90 prosenttia kuljettajista.

Huomio työmatkustamisen ympäristövaikutuksiin

S-ryhmän matkustuspolitiikassa huomioidaan ympäristönäkökulmat. Puhelin- ja työasemaneuvotteluja sekä videokokouksia hyödynnetään matkustamisen sijaan aina, kun se on tapaamisen tavoitteen saavuttamisen kannalta järkevää ja mahdollista. Videoneuvottelulaitteistoja S-ryhmässä on käytössä noin 70 kappaletta. S-ryhmässä on aloitettu pikaviestinsovelluksen käyttöönotto syksyllä 2013 ja vuoden loppuun mennessä sovelluksen käyttäjiä oli noin 5 000. Vuoden 2014 aikana käyttöä on tarkoitus laajentaa siten, että suurin osa toimistokäyttäjistä on sovelluksen piirissä. Sovelluksen käytöllä on voitu vähentää matkustamista ja sovellus on helpottanut yhteydenpitoa etenkin Venäjälle ja Baltiaan.

Yhteistyökumppanimme tarjoamassa matkojen online-varauspalvelussa on nähtävillä eri lentojen hiilidioksidipäästöt, joten matkan varaaja pystyy huomioimaan myös lennon ympäristövaikutukset valintaa tehdessään. S-ryhmän henkilökunnan työmatkoihin liittyvän lentomatkustamisen hiilidioksidipäästöt vuonna 2013 olivat 1 780 tonnia (2012: 1 860 t). Pääasiassa päästöjen väheneminen selittyy lentomatkojen vähenemisellä ja matkojen lyhentymisellä. Lentoyhtiöt ovat myös panostaneet kalustonsa energiatehokkuuteen esimerkiksi kalustoa uusiessaan.

SOK-yhtymän työsuhdeautojen hankintaohjeessa on määritelty maksimipäästörajaksi 170 g CO₂/km (2012: 160 g CO₂/km). Vaikka maksimipäästörajaa on nostettu hieman, on SOK-Yhtymän käytössä olevien autojen toteutunut päästokeskiarvo laskenut koko ajan ja vuonna 2013 työsuhdeautojen päästokeskiarvo olikin 136 g CO₂/km (2012: 140 g CO₂/km). Vähäpäästöisten FlexFuel-autojen hankintaa suositellaan ja niille ei ole asetettu päästörajaa. Polttoainesuosituksena on EkoFlex E85 aina, kun se on mahdollista.

Toimenpiteet kasvihuonekaasupäästöjen vähentämiseksi

Tuulivoima on yksi keino vähentää S-ryhmän kiinteistöjen kasvihuonekaasupäästöjä. Tämän lisäksi mahdollisuus uusiutuvien energiamuotojen käyttöön kartoitetaan kaikissa uusissa S-ryhmän rakennushankkeissa. Myös uusittaessa yksiköitä voidaan näiden lämmitysjärjestelmiä vaihtaa tehokkaammiksi ja ympäristön kannalta paremmiksi. Vanhoja öljylämmitysjärjestelmiä on esimerkiksi vaihdettu kaukolämpö- ja maalämpöjärjestelmiksi.

Inex Partnersin Sipoon Bastukärrin keväällä 2012 valmistunut käyttötavaroiden logistiikkakeskus käyttää maalämpöä ja bioenergiaa tarvitsemaansa lämmitykseen ja jäähdytykseen. Noin puolet sen vuosittaisesta lämmön-

Päästöt hallintaan



tarpeesta katetaan maalämmöllä ja puolet pelleillä. Lähes täysin uusiutuvalla energialla lämpenevän logistiikkakeskuksen ilmastovaikutus on vain vajaat seitsemän prosenttia kaukolämmön käyttöön verrattuna.

Käyttötavaroiden logistiikkakeskuksen viereen ollaan rakentamassa uutta päivittäistavaroiden logistiikkakeskusta, joka otetaan käyttöön vaihteittain vuosina 2016–2018. Uuden logistiikkakeskuksen energiajärjestelmä perustuu kylmän tuotannosta syntyvän lauhdelämmön hyötykäyttöön lämmityksessä ja samanlaiseen maalämmön ja bioenergian hyödyntämiseen kuin käyttötavaroiden logistiikkakeskuksessa. Logistiikkakeskukselle tuotettava lämmitys- ja kylmäenergia tulee olemaan täysin hiilidioksidipäästöneutraalia.

ABC:lla tehdään töitä ympäristöriskien pienentämiseksi

Vuoden 2013 lopussa 433 S-ryhmän polttonesteen jakeluasemasta yhteensä 362 jakeluasemalla oli ympäristölupa tai uuden asetuksen mukainen rekisteröinti-ilmoitus (2012: 364). ABC:llä mittarikenttien tekniikkaan ja tarkkailuun kiinnitetään erityistä huomiota. Kaikkien S-ryh-

män mittarikenttien kunto tarkastetaan säännöllisesti. Jokaiselle mittarikentälle on nimetty asemanhoitaja, jonka vastuulla on huolehtia mittarikentän seurannasta. Asemanhoitajia koulutetaan säännöllisesti työhönsä. Lisäksi mittarikenttien tekniikkaa kehitetään jatkuvasti turvallisuuden ja toimivuuden takaamiseksi.

Asetus nestemäisten polttoaineiden jakeluasemien ympäristönsuojeluvaatimuksista edellyttää laadunvarmistus selvitystä ympäristönsuojelun kannalta erittäin vaativista työvaiheista. Öljyalan keskusliitto järjestää tutkintoon johtavaa koulutusta jakeluasemien ympäristörakentamisen laadunvarmistuksesta, jonka suorittaneet ovat päteviä rakentamaan jakeluaseman vaatimusten mukaisesti ja laatimaan asetuksen edellyttämän selvityksen. Varmistaakseen asetuksen velvoitteiden toteutumisen ABC käyttää ainoastaan urakoitsijoita, joiden palveluksessa on tämän koulutuksen suorittanut vastuuhenkilö.

Bensiinistä vapautuu ilmaan haihtuvia orgaanisia yhdisteitä (VOC). Polttonesteen jakeluasemien bensiinisäiliöiden täytön yhteydessä syntyvät bensiinihöyryt on jo pitkään otettu talteen. Lisäksi uudet ja uudistettavat polttonesteen jakeluasemat varustetaan järjestelmillä, jotka ottavat

talteen tankkauksessa vapautuvat bensiinihöyryt. ABC-asemilla näitä talteenottojärjestelmiä oli vuoden 2013 lopussa 63 prosentissa toimipaikoista (2012: 59 %). Bensiinihöyryjen talteenotto rajoittaa VOC -päästöjä. Tällä on suurin merkitys ilmanlaatuun tiheään asutuissa taajamissa ja sellaisilla polttonesteen jakeluasemilla, joiden bensiininmyynti on suurta. S-ryhmän laskennalliset bensiinin myynnin VOC -päästöt vuonna 2013 olivat yhteensä 715 tonnia (2012: 718 t). Uusien bensiinihöyryjen talteenottojärjestelmien ansiosta myös S-ryhmän VOC-päästöt ovat pienentyneet.

Tavoitteena vähemmän jätettä tehokkaasti hyötykäytettynä



Jätteen määrän vähentäminen ja tehokas hyötykäyttö ovat avainasemassa S-ryhmän ympäristökuormituksen minimoimisessa. S-ryhmä haluaa omalta osaltaan vaikuttaa siihen, että kaatopaikoille viedään mahdollisimman vähän jätettä ja jätteitä saadaan hyötykäytettyä joko materiaalina tai energiana mahdollisimman hyvin.

Uusi jätelaki ja -asetus astuivat voimaan 1.5.2012. Jätelain uudistuksen tavoitteena on edistää jätteen synnyn ehkäisyä ja tuotteiden uudelleenkäyttöä, lisätä jätteiden kierrätystä ja hyödyntämistä sekä vähentää kaatopaikalle menevän jätteen määrää. S-ryhmän kannalta tärkeimpiä asioita ovat biohajoavan jätteen kaatopaikkakielto sekä käytöstä poistettujen sähkö- ja elektroniikkalaitteiden myymäläpalautusten alkaminen.

S-ryhmässä on määritelty keskeisimmät materiaalitehokkuuden kehittämisalueet, joiden kehitykseen kiinnitämme erityistä huomiota. Ensimmäinen tavoitteista on vähentää syntyvän jätteen määrää. Tähän pyritään muun muassa ketjukohtaisilla ohjeistuksilla ja kattavalla toimipaikkakohtaisella jätetietojen seurannalla. Toisena tavoitteena 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. Tarkoituksena on, että vuoteen 2016 mennessä kaatopaikkajätteen määrä on 0 kiloa. Ympäristövaikutusten lisäksi jokainen synty-

mättä jäänyt ja jokainen kaatopaikalle päätyvän jättekilo näkyy myös jätelaskussa säästetyn jäteveron muodossa.

Jättemääriä alaspäin

Jätteen määrän vähentämisen osalta onnistuttiin, sillä vuonna 2013 S-ryhmä tuotti Suomessa noin 105 000 tonnia jätettä (2012: 111 000 t) eli syntynyt kokonaisjättemäärä väheni yli viisi prosenttia edellisvuodesta. Syntyneistä jätteistä noin 102 000 tonnia oli yhdyskuntajätettä ja noin 2 400 tonnia märkiä jätteitä, kuten rasvanerotus- ja hiekanerotuskaivojen jätteitä sekä sakokaivolietetteitä. S-ryhmän jätteiden hyötykäyttöaste, eli hyötykäyttöön ohjattujen jätteiden osuus koko jättemäärästä nousi 88 prosenttiin (2012: 85 %). Kaatopaikoille päätyvän jätteen absoluuttinen määrä väheni 26 prosenttia vuodesta 2012 vuoteen 2013. Myös vähittäismyyntiin suhteutettuna jättemäärä laski, kuten edellisestäkin vuonna.

Jätetietojen raportointitaso on parantunut ja tiedot ovat edellistä vuotta kattavampia. Raportoidut luvut perustuvat

-5,4 % jätettä

S-ryhmän toimipaikoissa syntyi jätettä 5,4 % vähemmän kuin vuonna 2012.

88 % kierrätykseen ja hyötykäyttöön

88 % S-ryhmän jätteistä ohjattiin kierrätykseen ja hyötykäyttöön vuonna 2013.

toimipaikkakohtaisesti raportoituihin jätetietoihin ja kattavat 80 prosenttia S-ryhmän toimipaikoista. Vuoteen 2012 verrattuna jätetietojen kattavuus on parantunut huomattavasti. Puuttuvia jätetietoja ei ole huomioitu laskennallisesti, vaan raportoitamattomat tiedot on jätetty huomioimatta, jotta vertailtavuus eri vuosina raportoitujen tietojen osalta säilyy hyvänä. Kattavimmat ja tarkimmat toimipaikkakohtaiset jätetiedot ovat Prisma-, S-market-, ABC Deli-, Kodin Terra- ja S-rauta-ketjuista sekä liikennemyymälöistä, hotelleista ja pienmyymälöistä (Alepa ja Sale).

Tavoitteena vähemmän jätettä tehokkaasti hyötykäytettynä

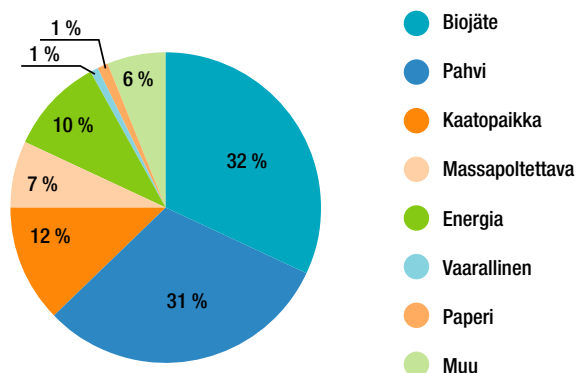


Tehokasta hyötykäyttöä

Jätteiden hyötykäyttö vaatii lajittelun mahdollistavia jättilojoja, -astioita ja muita laitteita sekä ennen kaikkea osaa-vaan 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 88 prosentin hyötykäyttöaste.

S-ryhmän jätteet jakautuvat oheisen kaavion mukaisesti. Määrällisesti eniten S-ryhmässä syntyy biojätettä ja pahvia sekä seka- ja energijätteitä. Biojätteen määrä on pysynyt vuoteen 2012 verrattuna lähes ennallaan. Pahvin määrä on vuoteen 2012 verrattuna pienentynyt noin 2 000 tonnia.

S-ryhmän jätteet 2013



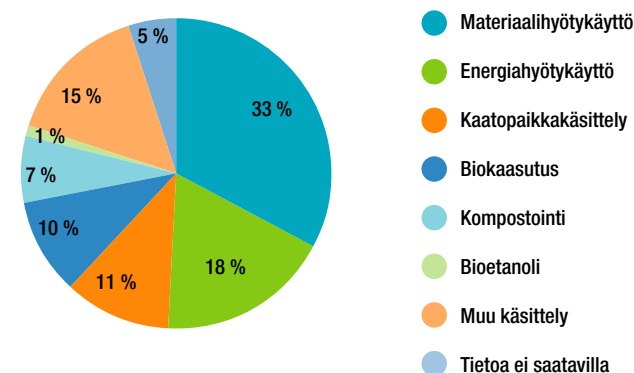
Sekajätteeseen lasketaan mukaan kaatopaikka- ja massapoltettava jäte. Kaatopaikkajätteen määrää on saatu vähennettyä noin 4 300 tonnia vuoteen 2012 verrattuna ja massapoltettavan jätteen määrä on vastaavasti kasvanut lähes 2 500 tonnia. Energijätteen määrä taas on kasvanut vuoteen 2012 verrattuna noin 400 tonnia. Osa aikaisemmin kaatopaikoille kuljetetusta jätteestä on siis saatu ohjattua jätteenpolttolaitoksiin poltettavaksi. Tähän on vaikuttanut Suomeen vuonna 2013 avatut Vaasan ja Oulun jätteenpolttolaitokset.

"Oulun seudun yhdyskuntajätteen hyödyntämisaste on noussut vuonna 2012 valmistuneiden jätteenpolttolaitoksen ja jätekeskuksen lajitteluareenan ansiosta niin korkeaksi, että kaatopaikkakäsittelyyn päättyi vuonna 2013 ainoastaan noin 3,6 % koko yhdyskuntajättemäärästä. Ilahduttavaa on huomata, että polttolaitos on kannustanut asukkaita ja yrityksiä lajittelemaan energian tuottamista hyödyntämättömät mutta materiaali- ja kierrätykseen hyvin kelpaavat jätteet, kuten lasin, metallin ja biojätteen, pois polttokelpoisen jätteen joukosta. Jätteenpolto on siten jopa lisännyt kansalaisten kierrätysintoa."

Markku Illikainen, johtaja, Oulun jätehuolto.

S-ryhmän tavoitteena on ohjata syntyvä jäte tehokkaasti hyötykäyttöön. Oheisessa kuvassa näkyy jätteenkäsittelymuodot, joihin S-ryhmän jätteitä ohjataan. Tältä osin raportointia on parannettava, sillä viidestä prosentista jätteistä ei raportoida jätteenkäsittelymuotoa. Materiaali- ja hyötykäyttöön ohjataan kolmasosa jätteistä ja energiahyötykäyttöönkin lähes viidesosa jätteistä. Biojätettä ohjataan etenkin biokaasutukseen, kompostointiin ja bioetanolin tuotantoon.

S-ryhmän jätteenkäsittelymuodot 2013



Tavoitteena vähemmän jätettä tehokkaasti hyötykäytettynä



Toimenpiteet jätteen määrän vähentämiseksi ja hyötykäytön parantamiseksi

Uudessa käyttötavarakaupan logistiikkakeskuksessa laite-
taan tuotteet myyntikuntoon kaikkiin Suomen Prismoihin,
Sokoksiin, Emotioneihin ja suurimpiin S-marketteihin.
Myyntikunnostus ja uudelleenpakkaus tuottavat jätteitä
logistiikkakeskuksessa, koska tuotteita puretaan esimer-
kiksi pahvilaatikoista ja suojamuoveista, ennen kuin tuot-
teet asetellaan muovilaatikoihin myymälätoimitusta var-
ten. Myyntikunnostusta on tehty aikaisemminkin, mutta
toiminta on laajentunut uuden logistiikkakeskuksen myö-
tä. Uusi toimintamalli on siirtänyt etenkin pahvi-, muovi- ja
energiajätettä myymälöistä logistiikkakeskukseen. Koska
lajittelu onnistuu logistiikkakeskuksessa myymälöitä hel-
pommin, näkyy toimintatavan muutos myös S-ryhmän
hyötykäyttöasteessa.

Ketjukohtaisten ohjeistusten osalta esimerkiksi päivittäis-
tavarakaupan ketjuohjaus määritteli vuonna 2013 jäte-
huollon järjestämisen periaatteet S-ryhmän myymälöissä.
Tarkoituksena on näin yhdenmukaistaa myymälöiden

toimintaa jätehuollon hoitamisessa. Myös hotelleissa on
ohjeistettu henkilökuntaa ja tehostettu esimerkiksi majoi-
tushuoneissa syntyvän jätteen lajittelua.

Toimipaikkojen suunnittelussa on viime vuosina alettu
kiinnittää entistä enemmän huomiota jätetiloihin ja niiden
toimivuuteen. Haja-asutustaajamissa sijaitsevien toimi-
paikkojen lajittelua on tehostettu ja muissakin toimipai-
koissa on uudistettu lajitteluun käytettäviä astioita ja lait-
teita lajittelun helpottamiseksi. Osassa toimipaikoista on
siirrytty käyttämään aikaisempaa pienempiä sekajäte-
astioita, jolloin toimipaikan hyötykäyttöastetta on saatu
parannettua.

S-ryhmän ravintoloissa ja myymälöissä syntyviä paistoras-
voja ohjataan kierrätykseen. Käytetyistä paistorasvois-
ta valmistetaan esimerkiksi biologisesti hajoavia voitelu-
aineita. Kierrätyksessä on mukana 17 osuuskauppaa.



Tavoitteena vähemmän jätettä tehokkaasti hyötykäytettynä



Vähemmän ruokaa hävikkiin

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

Inex Partners Oy:n logistiikkakeskuksissa jätteen määrän vähentäminen on arkipäivää. Kakkoslaatuisia hedelmä- ja vihannestuotteita myydään Eviran hyväksymille torikauppiaille ja muille vastaaville toimijoille edullisempaan hintaan. Henkilökunnan myymälässä myydään elintarvikekelpoisia, mutta kauppaan kelpaamattomia tuotteita. Säännöllisillä Kilon logistiikkakeskuksessa tehtävillä pakkausauditoinneilla ja ”top 15 rikkoontuneet” -listojen avulla etsitään kehittämiskohteita pakkausten logistisen kestävyysparantamiseksi yhdessä tavarantoimittajien kanssa.

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

>>>>>>>



Tavoitteena vähemmän jätettä tehokkaasti hyötykäytettynä



Ruokakaupoissa parasta ennen -päiväystään lähestyvät tuotteet myydään alennuksella, jotta elintarvikejätteen määrä olisi mahdollisimman pieni. S-ryhmän päivittäistavarakau-
pan ruokahävikki oli noin 34 miljoonaa kiloa vuonna 2013. Luku sisältää myös hyvänte-
keväisyyteen lahjoitetun hävikin, joten kaikki myymälässä hävikiksi kirjatut tuotteet eivät
joudu biojätteeseen. Ruokaa hyväntekeväisyyteen lahjoittavien myymälöiden määrä
kasvoi loppuvuonna 2013 huomattavasti, kun Eviran uutta ruoka-apuohjeistusta alettiin
soveltaa. Myyntivolyymiin suhteutettu eli painoperusteinen hävikki oli 1,8 prosenttia
(2012: 1,96 %).

Suomalaiset heittävät vuodessa henkeä kohti keskimäärin 23 kiloa ruokaa roskeen. Hel-
mikuussa 2013 SOK järjesti ympäristöjärjestö WWF:n kanssa yhteistyössä työpajan,
jonka tavoitteena oli löytää keinoja kotitalouksien ruokahävikin vähentämiseksi. Tilai-
suuteen osallistui mielipidevaikuttajia, järjestöjä, kuluttajia, tutkijoita ja asiantuntijoita,
joista jokainen voi omalta osaltaan vaikuttaa ruokahävikin vähentämiseen.

Marraskuussa 2013 vietettiin ensimmäistä valtakunnallista hävikkiviikkoa. Sen kunniaksi
HOK-Elannon Prismojen ja Inex Partnersin kasvishävikkiä ohjattiin Haaga-Helian keittiö-
mestariopiskelijoille raaka-aineeksi. Kasviksista loihditut ilmaiset annokset jaettiin
Motivan Saa syödä! -tempauksessa Narinkkatorilla.



Katso tunnelmia Saa syödä! -tempauksesta

Tavoitteena vähemmän jätettä tehokkaasti hyötykäytettynä



Enemmän ruokaa hyväntekeväisyyteen

Osassa alueosuuskauppoja on jo pidempään tehty yhteistyötä hyväntekeväisyysjärjestöjen kanssa erityisesti leivän, säilykkeiden ja muiden hyvin säilyvien elintarvikkeiden lahjoittamisessa. Elintarviketurvallisuusvirasto Evira antoi toukokuussa 2013 ohjeen elintarvikkeiden lahjoittamisesta ruoka-apuun. Ohje selkiyttää elintarvikkeiden lahjoittamisen toimintatapoja ja vastuukysymyksiä ja tekee myös viimeisellä käyttöpäivällä merkittyjen tuotteiden lahjoittamisesta helpompaa.

Ohjeen mukaisesti elintarvikkeiden turvallisuudesta ei tingitä ja vastuu turvallisuudesta on sekä ruokaa lahjoittavilla myymälöillä että ruoka-apua jakavilla järjestöillä. Myymälä vastaa siitä, että lahjoitettavat tuotteet ovat elintarvikekelpoisia. Niissä ei saa olla esimerkiksi merkkejä pilaantumisesta, ja pakkauksen tulee olla ehjä. Luovutettavien tuotteiden kylmäketjun jatkuvuus turvataan kokoamalla ne myymälässä erikseen sovittuun paikkaan. Ruoan lahjoittaminen hyväntekeväisyyteen on aina osuuskauppakohtainen asia. S-ryhmän ruokakaupoilla on yli 100 ruoka-apukumppania ympäri Suomen.



S-ryhmän ruokakaupoilla on yli 100 ruoka-apukumppania ympäri Suomen. Katso, miten ruoka-apu toimii pääkaupunkiseudulla.

Monipuoliset kierrätysmahdollisuudet



S-ryhmä tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden jätteiden kierrättämiseen. On tärkeää, että mahdollisimman suuri osa kotitalouksissa syntyvistä jätteistä löytää tiensä hyötykäyttöön.

Vuonna 2013 S-ryhmän toimipaikoissa tai niiden yhteydessä oli 311 ekopistettä (2012: 213), joissa oli yhteensä 1 388 keräysastia tai vastaanottopistettä. Ekopisteisiin voi palauttaa muun muassa pahvi-, kartonki- ja nestepakkauskartonkipakkauksia, paperia, lasi- ja metallipakkauksia sekä tekstiilejä.

Uuden jätelain mukaisesti kauppa on ottanut 1.5.2013 alkaen vastaan asiakkailta palautuvat käytöstä poistetut sähkö- ja elektroniikkalaitteet kuten esimerkiksi energiansäästölamput, kännykät, kahvinkeitin ja kamerat. Asiakkaat voivat palauttaa käytöstä poistettuja pieniä laitteita, loisteputkia ja energiansäästölamppuja Prismoihin, Kodin Terroihin, Sokoksiin, S-Rautoihin, Agrimarketteihin sekä suuriin S-marketteihin. Suurempia laitteita voi palauttaa myymälöihin uuden laitteen oston yhteydessä. Muissa toimipaikoissa kerrotaan lähin virallinen vastaanottopaikka. Sähkö- ja elektroniikkalaitteita voi edelleen palauttaa myös mihin tahansa ekopisteeseen, jossa on näille jätteille varatut astiat.

Kaikissa Prismoissa, S-marketeissa, Saleissa, Alepoissa, ABC-liikennemyymälöissä ja muissa ruokakaupoissa on pantillisten muovipullojen ja tölkkien palautuspiste. Yleensä automaattit vastaanottavat myös pantittomia pulloja ja

tölkkejä. Keväällä 2012 kierrätyslasipullojen vastaanottoverkosto laajeni ja nykyään kierrätyslasipulloja voi palauttaa kaikkien S-ryhmän myymälöiden yhteydessä oleviin pullonpalautusautomaatteihin. Lasi on kiitollinen kierrätysmateriaali, sillä se voi kierrätyä käytännössä loputtomasti. Pantillisten pullonpalautusten kautta saatu keräyslasi on laadultaan kaikkein puhtainta. Myös alumiinia voidaan lasin tavoin kierrättää lähes loputtomiin. Palautetut alumiinitölkit sulatetaan ja materiaalista tehdään uusia tölkkejä erittäin energiatehokkaasti. Myös pantittomat tölkit kannattaa palauttaa, jotta raaka-aine saadaan kiertoon ja luonnonvaroja säästettyä. Kierrätysmuovipulloissa kierrätää raaka-aine, kuten tölkeissäkin.

Suomalaiset ovat erittäin ahkeria palauttamaan pantillisia juomapakkauksia. Tölkeistä palautuu noin 96 prosenttia, kierrätysmuovipulloista noin 94 prosenttia ja kierrätyslasipulloistakin lähes 90 prosenttia. S-ryhmän toimipaikojen yhteydessä olevien juomapakkausten palautusautomaattien kautta otettiin vuonna 2013 vastaan lähes 46 miljoonaa kierrätyslasipulloa, yli 548 miljoonaa tölkkiä (2012: yli 540 milj. kpl) ja yli 303 miljoonaa kierrätysmuovipulloa (2012: 153 milj. kpl). Näin saatiin talteen noin 21,4 miljoonaa kiloa lasia, yli 7,4 miljoonaa kiloa alumiinia ja yli 10,5 miljoonaa kiloa kierrätysmuovia.

KIERRÄTYSMUOVIPULLOJEN MÄÄRÄ

yli **303** miljoonaa



S-ryhmän toimipaikkojen yhteydessä oleviin pullonpalautuspisteisiin palautuneiden muovipullojen määrä vuonna 2013.

Monipuoliset kierrätysmahdollisuudet



Suurin osa Suomessa syntyvästä tekstiilijätteestä päätyy kaatopaikoille. Tehokkain tapa kierrättää vanhoja tekstiilejä on toimittaa tekstiilit vaatekeräyspisteisiin, sillä tekstiilikuidun hyödyntäminen materiaalina on haastavaa. Tämä johtuu siitä, että tekstiileissä käytetään paljon erilaisia materiaaleja (esim. puuvilla, keinokuidut). Eri materiaaleista valmistettujen tekstiilien erottelu ei nykyään ole tehokasta, eikä kaikille kuidoille ole uudelleenkäyttökohdetta. S-ryhmän toimipaikkojen yhteydessä olevissa ekopisteissä kerätään runsaasti myös tekstiilejä. Esimerkiksi UFF:n ylläpitämien vaatekeräyspisteiden kautta kerättiin 2 160 tonnia vaatteita vuonna 2013 (2012: 1 500 t).

Kaikissa paristoissa on ympäristölle vaarallisia tai haitallisia aineita. Tämän vuoksi on erittäin tärkeää kerätä ja käsitellä akut ja paristot asianmukaisesti, sillä näin voidaan pienentää ympäristökuormitusta ja käyttää raaka-aineita uudelleen. Tällä hetkellä käytetyistä paristoista ja akuista kierrätykseen palautuu noin 33 prosenttia ja keräysmäärä kasvaa koko ajan. Asiakkaat saavat palauttaa kannettavia akkuja ja paristoja kaikkiin niitä myyviin S-ryhmän toimipaikkoihin. Punainen laatikko onkin tullut asiakkaille tunnuksi, sillä S-ryhmän toimipaikkoihin palautuneiden

kannettavien akkujen ja paristojen määrät ovat kasvaneet vuoden 2009 yhteensä 116 tonnista lähes 269 tonniin vuonna 2013 (2012: 236 t). Tämä tarkoittaa sitä, että vajaa neljäsosa kaikista Suomessa kerättävistä akuista ja paristoista kerätään S-ryhmän toimipaikkojen kautta.

”UFF:lla arvostetaan suuresti sitä, että S-ryhmä on tarjonnut mahdollisuuden vaatekeräykselle toimipaikkojensa yhteydessä. Kun kierrättäminen on helppoa ja sen voi hoitaa samalla kun muunkin päivittäisasiain, sen suosio kasvaa ja luonnonvaroja säästyy. Yhteistyöllä S-ryhmä ja UFF vaikuttavat siis suoraan kuluttajien kierrätyskäyttäytymiseen. Tulokset näkyvät jopa hämmästyttävän suurina keräysmäärinä juuri S-ryhmän yhteydessä sijaitsevista vaatekeräyspisteistä.”

Heidi Heinonen,
viestinnän ja varainhankinnan koordinaattori, UFF

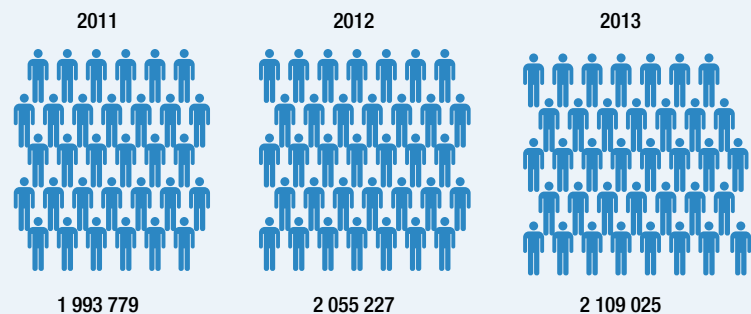


S-ryhmä numeroin

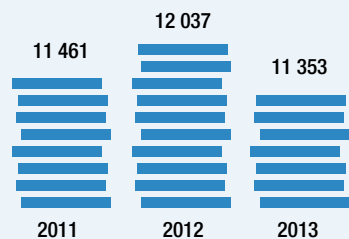


Keskeisiä lukuja 2013

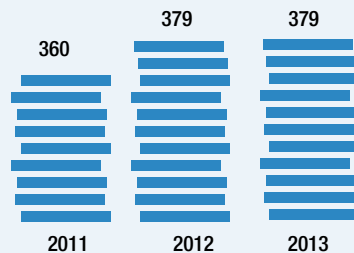
Asiakasomistaja



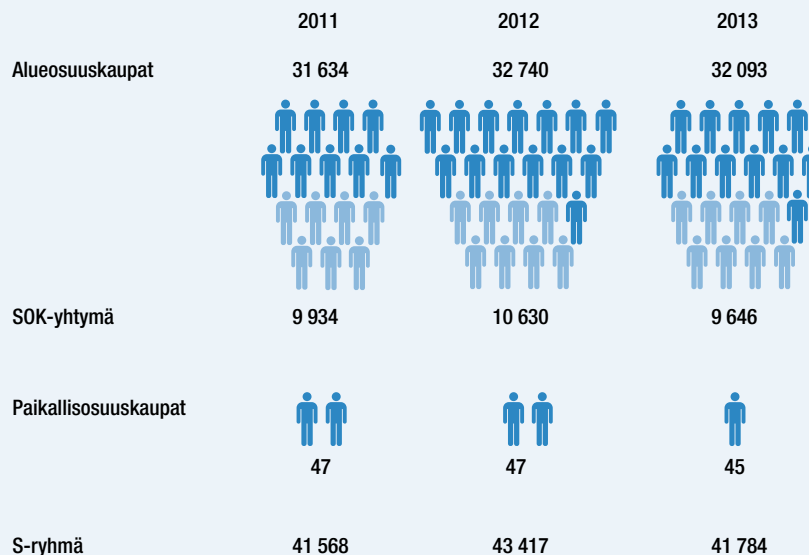
Vähittäismyynti, M€



Asiakasomistajille maksettu Bonusta, M€



S-ryhmän henkilöstö



Luvut sisältävät koko S-ryhmän henkilöstön.

Keskeisiä lukuja 2013

Kierrätyspalvelut (S-ryhmän toimipajoissa tai niiden yhteydessä)

	2011	2012	2013
Ekopisteet, kpl	 256	 213	 311
UFF:n keräyslaatikoihin palautetut vaatteet, t	 1 137	 1 500	 2 160
Palautetut alumiinitölkit, milj. kpl	 529	 540	 548
Palautetut kierrätys- muovipullot, milj. kpl	 167	 153	 303
Palautetut kannettavat akut ja paristot, t	 196	 236	 269

Kiinteistötiedot

	2011	2012	2013
Bruttoala, milj. brm ²	 4,5 = 610	 4,5 610	 4,8 650
	jalkapallokenttää		
Sähkö, GWh	 1 203	 1 157	 1 176
Lämpö, GWh	 471	 462	 418
Vesi, milj. m ³	 2,0	 1,8	 1,9
Ympäristövaikutteiset kustannukset, milj. €* 169	 169	 189	 175

*) Luvut pitävät sisällään sähkö-, lämpö- ja vesikustannukset sekä
pilaantuneiden maiden kunnostuskustannukset

Keskeisiä lukuja 2013



TALOUDELLINEN VASTUU			
	2011	2012	2013
Asiakasomistajia	1 993 779	2 055 227	2 109 025
Vähittäismyynti, milj. € (alv. 0 %)	11 461	12 037	11 353
Bonusmyynti, milj. €	9 051	9 444	9 541
Maksettu Bonusta, milj. €	360	379	379
Investoinnit, milj. €	546	573	566
Tulos ennen satunnaisia eriä, milj. €	269	212	226
Osuuskauppojen lukumäärä mukaan lukien paikallisosuuskaupat	29	29	28
Toimipaikkojen lukumäärä Suomessa	1 643	1 663	1 608

SOSIAALINEN VASTUU			
	2011	2012	2013
Henkilöstö			
Alueosuuskaupat	31 634	32 740	32 093
Paikallisosuuskaupat	47	47	45
SOK-yhtymä	9 934	10 630	9 646
S-ryhmä	41 568	43 417	41 784
Vakituisten työntekijöiden lähtövaihtuvuus (%)	22,9*	16,5**	13,7

*) 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 2012 luku ei sisällä alueosuuskaupoista Ympäristöä ja Ympyrää, jotka fuusioituivat Kymen Seudun Osuuskaupaksi tammikuussa 2013.

Keskeisiä lukuja 2013

SOSIAALINEN VASTUU			
Työsuhteiden laatu (%)	2011*	2012	2013
Vakituiset	86	86	86
Määräaikaiset	14	14	14
Kokoaikaiset	38	39	39
Osa-aikaiset	62	61	61

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

Sukupuolijakauma (%)	2011	2012	2013
Naiset	74,8	74,8	73,0
Miehet	25,2	25,2	27,0

S-ryhmän työyhteisötutkimuksen tulokset	2011**	2012	2013	Suomen yleisnormi 2013
TYT-indeksi (sis. kaikki kysymykset)*	72,3	72,7	71,7	63,5
Omistautuneisuusindeksi	76,3	76,1	75,3	69,1
Sitoutumisindeksi	73,1	72,6	70,7	65,4
Johtamisindeksi	72	72,7	71,9	61,5
Suorituskykyindeksi	69,4	70,3	70	59,7

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

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

Keskeisiä lukuja 2013



SOSIAALINEN VASTUU			
Koulutus	2011	2012	2013
Jollas Instituutin valmennuspäivät	2 030	1 778	1 718
Jollas Instituutin opiskelijamäärät	34 000	20 722	19 301

YMPÄRISTÖVASTUU (Taulukot sisältävät S-ryhmän Suomen toiminnot)			
Pakkaukset	2011	2012	2013
Maahantuodut ja kotimaan markkinoille saatetut pakkaukset (t)	70 759*	63 584*	64 317

*) Vuoden 2012 katsauksessa olleet pakkauskäytöt vuosilta 2011 ja 2012 korjattu.

Ympäristöriskit	2011	2012	2013
Polttonestehöyryn talteenottoaikka (kpl)	236*	249*	272
Bensiinin myynnin VOC-päästöt (t)	749*	718*	715
Ympäristöluvut ja rekisteröinti-ilmoitukset polttonesteen jakeluun (kpl)	359**	364	362

*) Vuoden 2012 katsauksessa olleet polttonestehöyryn talteenottoaikojen lukumäärät ja bensiinin myynnin VOC-päästöt vuosilta 2011 ja 2012 korjattu.

**) Vuoden 2011 lukuun on lisätty 8 rekisteröinti-ilmoitusta verrattuna vuoden 2011 katsauksessa esitettyyn lukuun. Vuoden 2012 katsauksessa olleet pakkauskäytöt vuosilta 2011 ja 2012 korjattu.

Jätteet	2011	2012	2013
Syntynyt jätemäärä (t)	107 000	111 000	105 000
Hyötykäyttöaste (%)	82	85	88

GRI-taulukko 2013

Tämä S-ryhmän vuoden 2013 vastuullisuuskatsaus on järjestyksessään toinen, jossa sovellamme kansainvälistä Global Reporting Initiative (GRI) -raportointiohjeistoa. Katsaus kattaa Suomen toiminnot, emmekä ole raportoineet erikseen niitä GRI-tunnuslukuja, jotka sisältyvät Suomessa työnantajan lakisääteisiin velvollisuuksiin tai työehtosopimuksiin. Tätä vastuullisuuskatsausta ei ole varmennettu, mutta arvioimme mukaan katsauksemme on GRI G4 -ohjeiston mukainen. Myös raportoinnin asiantuntija Ratkaisutoimisto Vinha vahvistaa raportin GRI G4 -mukaisuuden.

GRI-TUNNUS	SISÄLTÖ	SIVU
VASTUULLISUUSSTRATEGIA		
1	Toimitusjohtajan katsaus	2
2	Keskeiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet	9–10
ORGANISAATION TAUSTAKUVAUS		
3–9, 13–14	S-ryhmän kuvaus: koko, liiketoiminta ja omistusrakenne	5–7, 24–25
10–11	Henkilöstön määrä	6, 31–32, 86
12	S-ryhmän toimitusketju	40
15–16	Ulkopuoliset sitoumukset ja jäsenyydet järjestöissä	14–16
TUNNISTETUT OLENNAISET NÄKÖKOHDAT JA LASKENTARAJA		
17	Raportin laskentaraja	12, 91
18–23	Raportin sisällön määrittely; olennaiset teemat ja laskentaraja	3, 9–10

GRI-taulukko 2013



GRI-TUNNUS	SISÄLTÖ	SIVU
SIDOSRYHMÄVUOROVAIKUTUS		
24–27	S-ryhmän sidosryhmät ja vuorovaikutus	13–16
RAPORTIN KUVAUS		
28–33	Raportin tiedot ja yhteystiedot	12, 91
HALLINTO		
34	S-ryhmän hallintorakenne	19, S-ryhmän vuosi 2013 ja https://www.s-kanava.fi/web/s/s-ryhma/hallinto-ja-johto
LIIKETOIMINNAN EETTISYYS		
56	Arvot ja liiketoimintaperiaatteet	6, 8
VASTUULLISUUDEN JOHTAMINEN		
	Vastuullisuuden johtaminen yleisesti	11
	Vastuulliset tuotteet ja palvelut	39–40, 42, 48
	Resurssitehokkuus	68–69, 77
	Henkilöstön motivointi, hyvinvointi ja turvallisuus	31, 34, 37
TALOUDELLINEN VASTUU		
EC1	Suoran taloudellisen lisäarvon tuottaminen ja jakatuminen	18, 22–23
EC7	Infrastruktuuri-investointien ja yleishyödyllisten palvelujen tuen kehitys ja vaikutukset	26
EC8	Merkittävät epäsuorat taloudelliset vaikutukset ja niiden laajuus	18, 22

GRI-taulukko 2013



GRI-TUNNUS	SISÄLTÖ	SIVU
TALOUDELLINEN VASTUU		
EC9	Paikallisten ostojen osuus merkittävässä toimipaikoissa	52, 57–58
YMPÄRISTÖ		
EN2	Kierrätettyjen materiaalien osuus	53–54
EN3	Organisaation oma energiankulutus	69–70
EN5	Energiaintensiteetti	69
EN6	Energiankulutuksen vähentäminen	70–71
EN8	Vedenkulutus	70
EN16	Epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 2)	74
EN17	Muut epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 3)	74–75
EN18	Kasvihuonekaasujen päästöintensiteetti	74–75
EN19	Kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen	53–54, 72, 75–76
EN21	Muut merkittävät päästöt ilmaan	76, 90
EN23	Jätteiden kokonaismäärä	77–79, 90
EN27	Tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutusten vähentämistoimenpiteet	53–56
EN28	Kierrätettyjen tuotteiden ja pakkausmateriaalien osuus	56, 80–84, 87
EN30	Tuotteiden kuljetuksesta sekä työmatkoista aiheutuneet merkittävät ympäristövaikutukset	74–75

GRI-taulukko 2013

GRI-TUNNUS	SISÄLTÖ	SIVU
YMPÄRISTÖ		
EN32	Osuus toimittajista, jotka on arvioitu ympäristökriteerien mukaisesti	40, 42, 74
EN33	Merkittävät ympäristövaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	48–53
HENKILÖSTÖ JA TYÖOLOSUHTEET		
LA1	Uuden palkatun henkilöstön kokonaismäärä ja osuus sekä henkilöstön vaihtuvuus	88, 36
LA6	Tapaturmatyypit, tapaturmataajuus ja poissaolot	37
LA9	Keskimääräiset koulutustunnit vuodessa	33, 37, 90
LA10	Osaamisen kehittäminen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat	33–34
LA11	Suoritusarvointien ja kehityskeskustelujen piirissä olevan henkilöstön osuus	33
LA14	Osuus toimittajista, jotka on arvioitu työoloihin liittyvien kriteerien mukaisesti	44–45
LA15	Merkittävät työoloihin liittyvät vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	42–43
LA16	Työoloihin liittyvät epäkohdat	46
IHMISOIKEUDET		
HR10	Osuus toimittajista, jotka on arvioitu ihmisoikeuksiin liittyvien kriteerien mukaisesti	44–45

GRI-taulukko 2013



GRI-TUNNUS	SISÄLTÖ	SIVU
IHMISOIKEUDET		
HR11	Merkittävät ihmisoikeuksiin liittyvät vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	42–43
YHTEISKUNTA		
S01	Paikallisyhteisövuorovaikutus, vaikutusarvioinnit ja kehitysohjelmat	15, 28–29
S09	Osuus toimittajista, jotka on arvioitu yhteiskunnallisiin vaikutuksiin liittyvien kriteerien mukaisesti	44–45
TUOTEVASTUU		
PR1	Tuotteet ja palvelut joiden terveys- ja turvallisuusvaikutukset on arvioitu	59–63
PR3	Tuoteinformaation ja -merkintöjen tyypit	41, 50, 60
PR5	Asiakastyytyväisyystutkimusten tulokset	16
PR6	Kiistanalaisten tuotteiden myynti	41

Termien selitykset ja tunnuslukujen laskentakaavat



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 ostohyvytys. 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. Päättöksen ylijäämänpalautuksen maksamisesta tekee vuosittain osuuskaupan edustajisto tilinpäätöksen hyväksymisen yhteydessä.

Osuusmaksun korko

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

GWh

Gigawattitunti = miljoona kilowattituntia (kWh)

CO₂

Hiilidioksidi, merkittävä ilmastoa lämmittävä kasvihuonekaasu

Hyötykäyttöaste (%) =

$$100 - \frac{\text{Kaatopaikkajätteen määrä}}{\text{Kokonaisjättemäärä}} \times 100$$

Termien selitykset ja tunnuslukujen laskentakaavat



Työtapaturma

Työtapaturma sisältää kaikki vakuutusyhtiölle ilmoitetut tapaturmat vakavuusasteesta huolimatta.

Tapaturmataajuus =

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

Lähtövaihtuvuus =

$$\frac{\text{Palveluksesta 2013 lähteneiden vakituisten määrä (tilanne 31.12.2013)}}{\text{Vakituisen henkilöstön määrä (tilanne 31.12.2012)}}$$

GWP

Global warming potential, indeksi, joka kertoo jonkin aineen vaikutuksen ilmaston lämpenemiseen. Muiden aineiden arvot verrataan hiilidioksidiin, jonka GWP-arvo on 1,0.

Lämmitystarveluku

Lämmitystarveluvun avulla saadaan toteutuneiden lämmitysenergioiden kulutukset vertailukelpoisiksi keskenään. Lämmitystarveluvun käyttö rakennuksen lämmitystarpeen arvioinnissa perustuu siihen, että rakennuksen lämpöenergian kulutus on lähes suoraan verrannollinen sisä- ja ulko-lämpötilojen erotukseen. Tekstissä mainittu uusi vertailujakso on vuodet 1981–2010.



**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