

Kaupan rooli kestävien valintoj edistämisessä

Nina Elomaa, Vastuullisuusjohtaja

SOK Vastuullisuus

20.9.2022

Vastuullisuusryhmässä

- Yrityksiä koskevat vastuullisuusodotukset kasvavat koko ajan ja yritysten odotetaan tuovan **ratkaisuja globaaleihin vastuullisuushaasteisiin** kuten *ilmastonmuutoksen* hillintään, *luonnon monimuotoisuuden* heikkenemiseen, *eriarvoisuuden* lisääntymiseen tai *ylikulutuksen* kasvuun ja sitä seuraavaan resurssien niukkenemiseen.
- Me pyrimme S-ryhmässä vastaamaan tähän haasteeseen vastuullisuusohjelmamme kautta ja olemalla **vastuullisuuden edelläkävijöitä** .
- Emme kykene siihen kuitenkaan yksin vaan me tarvitsemme siihen mukaan niin kumppanimme kuin asiakkaat. Merkittävä osa esim. ympäristövaikutuksista syntyy oman toimintamme ulkopuolella ja sen vuoksi kestävämmän tulevaisuuden rakentaminen tapahtuu **yhteistyön** kautta.
- Meidän odotetaan kertovan yhä läpinäkyvämmiin tuotteistamme ja palveluistamme ja siksimyös **läpinäkyvyyden ja jäljitettävyyden** teemat ovat edelleen merkittävä kehityskohde vastuullisuudessa.
- Maailmantilanteen muuttuessa, myös vastuullisuuden agendalle fokukseen nousee uusia, mutta vanhoja teemoja. Nyt vahvemmin mielessä myös **huoltovarmuus, omavaraisuus ja hinta** .





S-RYHMÄN VASTUULLISUUS 2030

VASTUULLISUUDEN EDELLÄKÄVIJÄ

TEEMME YHDESSÄ PAREMMAN PAIKAN ELÄÄ

KOHTI KESTÄVÄN KULUTTAMISEN UUTTA NORMAALIA – YHDESSÄ ASKEL KERRALLAAN

Vastuullisuuden, terveellisuuden ja
hyvinvoinnin edistäminen
Planetaarisen ruokavalion edistäminen
– 65% kasvipohjaista
Kotimaisuuden edistäminen
– 80% kotimaisia elintarvikkeita
Kohti hiilineutraalia liikkumista

KOHTI KESTÄVÄÄ KASVUA – LUONNONVAROJA KUNNIOITTAEN

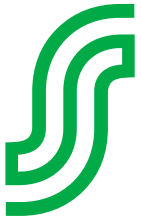
Hiilinegatiivinen 2025
Kohti kiertotaloutta
Luonnon monimuotoisuuden
vahvistaminen

KOHTI YHDENVERTAISTA MAAILMAA – ERIARVOISUUTTA POISTAEN

Ihmisoikeuksien edistäminen
Elintarvikkeiden pääraaka-aineet
– 100% auditoitu
Avoimuuden lisääminen – tuotteiden
alkuperä ja vastuullisuustiedot näkyviin
Yhteinen, syrjimätön ja monimuotoinen S-ryhmä
Osallistavan yhteiskunnan vahvistaminen

OLEMME ASIAKASTA VARTEN
KANNAMME VASTUUTA IHMISSISTÄ
JA YMPÄRISTÖSTÄ

UUDISTAMME JATKUVASTI TOIMINTAAMME
TOIMIMME TULOKSELLISESTI



Kestävä kuluttaminen ja liiketoiminta

	Globaalit kestävyysasteet muuttavat toimintaympäristöä ja heijastuvat talouteen ja se muuttaa liiketoimintaa	• Riskit, kustannukset, saatavuus, saavutettavuus • Valinnat kestävyttä edistäviin toimintatapoihin
	Globaalit kestävyysasteet muuttavat toimintamalleja ja se vaatii enemmän yhteistyötä ja se muuttaa liiketoimintaa	• Uusia toimintatapoja, verkostoja, yhteistä kehittämistä, uusia ekosysteemejä • Kiertotalous, hiiliviljely, arvoketjuyhteistyö
	Globaalit kestävyysasteet muuttavat kulutustottumuksia ja se muuttaa liiketoimintaa	• Siirtyminen uusiin tuotteisiin, tuotteesta palveluksi • Reaktiivinen vs Proaktiivinen lähestyminen • Viestimme, Palkitsemme, Valitsemme



Oma toiminta ja arvoketju



Alkutuotanto ja
teollisuus



Oma toiminta



Asiakas

Vaikutukset läpi ketjun huomioitava toimenpiteiden suunnittelussa ja toteutuksessa



**KOHTI KESTÄVÄN KULUTTAMISEN
UUTTA NORMAALIA
– YHDESSÄ ASKEL KERRALLAAN**



Otamme käyttöön
uusia palveluita



ILMASTOPÄÄSTÖT VOI NYT KOMPENSOIDA

- Sokos Hotellit tarjosivat Suomessa ensimmäisenä alallaan asiakkailleen mahdollisuuden kompensoida hotelliyöpymisensä ilmastopäästöt.
- Hotellimme käyttävät yksinomaan uusiutuvaa sähköä ja niiden energiatehokkuutta on parannettu jo pitkään.
- Pitkäjänteisen oman ilmastotyön ansiosta asiakkaiden kompensaation hinta on vain joitakin kymmeniä senttejä.
- Myös Original Sokos Hotel Viru tarjoaa tammikuusta alkaen asiakkailleen mahdollisuuden kompensointiin. Virossa hinta on kuitenkin selvästi suurempi, sillä paikallinen kaukolämmön tuotanto synnyttää enemmän ilmastopäästöjä.
- Kompensointi on hotellien asiakkaille tarjottava lisäpalvelu, jolla asiakkaat voivat vähentää omaa arkista hiilijalanjälkeään. S-ryhmä ei laske asiakkaiden maksamaa kompensointia omiin kunnianhimoisiin ilmastotavoitteisiinsa.





SÄHKÖLATAUSTA JA VASTUULLISEMPIÄ POLTTONESTEITÄ

- Tavoitteenamme on, että suomalaiset voivat ajaa vastuullisemmin käyttövoimasta riippumatta. Etsimme erilaisia kestävästä liikkumisesta ratkaisuja.
- **S-ryhmän osuuskaupat rakentavat koko Suomen kattavan ABC-latauspisteverkoston sähköautoille.**
- Latausasemia tulee lähelle arjen palveluita markettien, hotellien ja ABC-asemien yhteyteen
- Vuoden 2021 lopussa olimme avanneet jo 50 latausasemaa, joissa on noin 350 latauspistettä – ja tuhansia käyttäjiä
- ABC-latauksen käyttäjät ajavat täysin uusiutuvalla sähköllä.
- **Kehitämme myös nestemäisten polttoaineiden valikoimaa** , johon ABC-ketjussa kuuluvat mm. Nero Diesel ja flexifuel-autoille E85-korkeaseosetanoli.
- Uusiutuva Nero-diesel vähentää koko elinkaarensa aikana kasvihuonekaasupäästöjä yli 90 prosenttia fossiiliseen dieseliin verrattuna.





Teemme yhteistyöt

CASE ARINA: HEVIHÄVIKILLE UUSI E

- S-ryhmässä ruokahävikkiä pistetään kuriin monin eri keinoin ja etsitään jatkuvasti uusia tapoja hävikin hillintään.
- Osuuskauppa Arina tekee yhteistyötä kiertotalousyhtiö Ciiyouun kanssa.
- Marketien hävikkiuhan alla olevat hedelmät ja vihannekset jatkojalostetaan uudenlaisen kiertotalousyhteistyön kautta lounasravintoloille, suurkeittiöille ja ruokakaupoille.
- Yhteistyön kautta kaupassa tulee vähemmän hävikkiä ja biojätettä, ravintolat ja myymälät saavat laadukkaita tuotteita ja kuluttajat voivat tehdä ekoteon ostamalla hävikkiuhan alta pelastetun annoksen



CASE HOKANTO: HÄVIKISTÄ HYVIKKIÄ

- S-ryhmässä ruokahävikkiä pistetään kuriin monin eri keinoin ja etsitään jatkuvasti uusia tapoja hävikin hillintään.
- Pääkaupunkiseudulla toimivan HOK-Elannon 60 S-marketista saa nyt **ekologisia ja edullisia kahden euron hävikkilaatikkoja**, joihin on kerätty hehkeimmät hetkensä nähneitä kasviksia, hedelmiä tai leipomotuotteita.
- Hyvikkilaatikoilla taklataan ruokahävikkiä ja se on jälleen askelkohti ryhmän tavoitetta puolittaa ruokahävikki.
- HOK-Elannon Helsingin Sokoksen S-marketissa hävikkiuhan alla oleva ruoka saa uuden elämän **yläkerran Happy Farmer -ravintolassa**. Samalla kun hävikkiuhka muutetaan herkuksi, nostetaan myös ruoan arvostusta.





**Viestimme ja
tuuppamme**

SUOMU NOUSENNEMMÄ KOTIMAISTA KALAA

- S-ruokakauppojen tekoja kotimaisen kalan puolesta:
 - Ruokakauppoihin sesonkikalakonsepti
 - Kotimaisen kalan hintaa laskettiin
 - Kalatarjontaa monipuolistettiin
- Vuonna 2019 käynnistyneen Suomenousuun-kampanjan myötä kotimaisen kalan myynti kasvoi merkittävästi.
- Täysin ennennäkemätön tulos yhdessä tuoteryhmässä: tuoreen kalan myynti kasvoi viidenneksen kaksi vuotta peräkkäin.
- S-ryhmä kutsui myös kala-alan toimijoita yhteisen pöydän ääreen etsimään keinoja kotimaisen kala-alan ja kalan syönnin edistämiseksi vuonna 2020.





MILJOONIA KILOJA ENEMMÄN KASVIKSIKSI

- Olemme innostaneet suomalaisia syömään miljoonia kiloja enemmän satokauden kasviksia ja kalaa.
- Olemme lisänneet satokausiajatteluun liittyvää viestintää ja markkinointia myymälöissämme.
- Parhaimmillaan kolme miljoonaa suomalaista tavoittava Yhteishyvä tarjoaa artikkeleita ja reseptejä kasviksista ja terveellisistä vaihtoehtoista.
- Omat ostot -palvelussa voikatsoa, kuinka monta kiloa hedelmiä ja vihanneksia on ostanut.
- Monipuolistimme myös kaikkien ABC-asemien salaattipöydän, ja noutopöytään on lisätty päivittäinen kasvisruokavaihtoehto.



RAVINTOLASKURI OMAT OSTOT

- Syksyllä 2020 julkistimme Ravintolaskurin, josta asiakas näkee ostamiensa elintarvikkeiden ravintoarvot
- Kyseessä on uudenlainen palvelu – ruokaostosten personal trainer – jolla voi arvioida omien ruokaostostensa terveellisyyttä ja suhdetta virallisiin ravitsemussuosituksiin.
- Laskuri näyttää ruokatuotteiden suhteelliset ravintoarvot ja vertaa niitä virallisiin suosituksiin helposti ymmärrettävässä muodossa. Laskurista on helppo seurata niitä ravintoaineita, joiden kanssa suomalaisilla on haasteita – kuten suola, rasva ja kuitu.
- Kehitystyötä on tehty tiiviisti yhdessä Suomen johtavien ravitsemustieteilijöiden kanssa, mukana mm. professori Mikael Fogelholm ja dosentti Maijaliisa Erkkola työryhmineen
- Laskuri on kansainvälisestikin ainutlaatuinen palvelu.





Inflaatio



Kysely asiakasomistajille

LÄHES KAIKKI SUOMALAISET (91 %)

ovat huomanneet
ruoan hinnan
nousevan.

JOKA NELJÄS KYSELYMME VASTANNUT

näkee oman taloudellisen
tilanteensa heikkenevän
lähitulevaisuudessa.

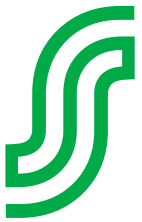
YLI PUOLET (54 %)

kertoo jo nyt joutuvansa
miettimään ruoan hintaa
jonkin verran, osa
tarkastikin.

JOPA 45 %

kertoo jo nyt
joutuneensa
vähentämään
jonkun ruoan ostamista
tai luopumaan jostain
kokonaan.

Kyselytutkimuksen toteutti S-ryhmän toimeksiannosta Feelback Oy ja se toteutettiin 9.-16.6.2022 ja 1.-7.8.2022. Kyselyyn vastasi kesäkuussa 3644 asiakasomistajaa ja elokuussa 4358 asiakasomistajaa, edustava otos eri puolilta Suomea, eri ikäryhmistä ja sukupuolista.



**KOTIMAISUUDEN
MERKITYS ON
SUURELLE OSALLE
VAHVA**

50 %
vastaajista etsii tarpeen
vaatiessa edullisimpia
vaihtoehtoja, vaikka ne
olisivat ulkomaisia.

50 %
taas tukee tiukassakin
tilanteessa kotimaisia
tuottajia ostamalla
kotimaisia tuotteita.

Kyselytutkimuksen toteutti S-ryhmän toimeksiannosta Feelback Oy ja se toteutettiin 9.-16.6.2022 ja 1.-7.8.2022. Kyselyyn vastasi kesäkuussa 3644 asiakasomistajaa ja elokuussa 4358 asiakasomistajaa, edustava otos eri puolilta Suomea, eri ikäryhmistä ja sukupuolista.



Suurimpia hinnannousuja



33 %

KAHVI



31 %

**TUORE
KALA**



17 %

**KANAN-
MUNAT**



16 %

MARGARIINI



14 %

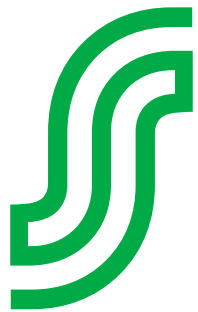
**VEHNÄ-
JAUHOT**



12 %

PERUNA

Näistä ainoastaan tuoreen kalan ostamisessa näkyy merkittävä lasku.



KIITOS