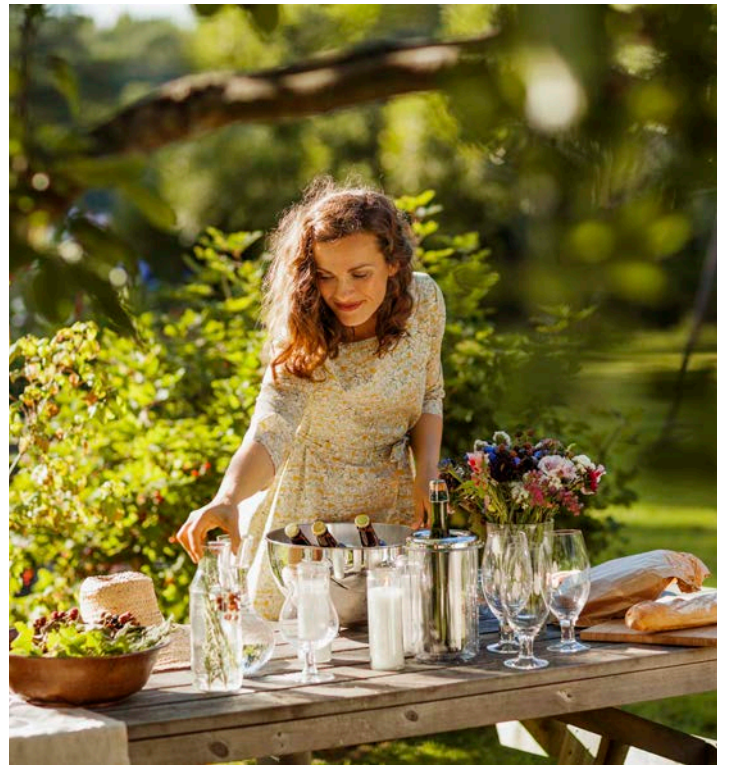
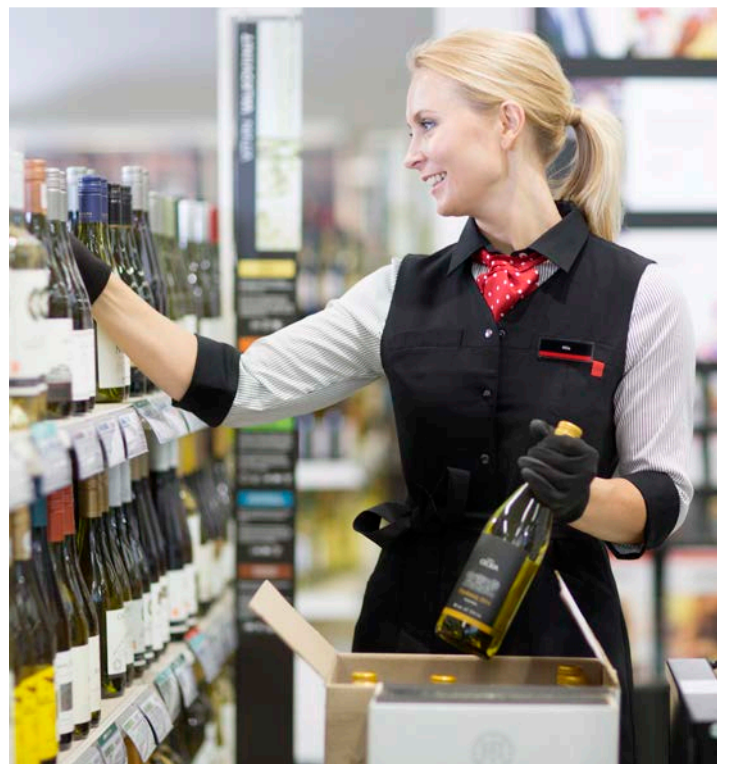




ALKO OY

VUOSIKERTOMUS 2016



SISÄLLYSLUETTELO

ALKO OY

Perustehtävä ja toimintaympäristö	4
Strategia	6
Yksinoikeusasema	9
Asiakaskokemus	13
Liiketoiminnan kehitys	16
Juomien myynti ja kulutus	16
Tuotevalikoiman suunnittelu	25
Tuotelaatu	28

VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Vastuullisuusohjelma	30
Sidosryhmät ja olennaisuus	32
Alkoholihaittojen ehkäisy	33
Vastuullinen hankintaketju	39
Taloudellinen vastuu	T43
Ympäristövastuu	46

ALKO TYÖNANTAJANA

Paras työpaikka	51
Henkilöstö lukuina	53
Palkitseminen	57
Työehtosopimukset ja yhteistoiminta	59
Koulutus ja kehittäminen	60
Työhyvinvointi ja -turvallisuus	63

HALLINNOINTI

Hallinnointiperiaatteet	66
Hallitus ja valiokunnat	68
Johtoryhmä	72
Johdon palkitseminen	74
Riskienhallinta	77

GRI

Raportointiperiaatteet	79
GRI-indeksi	82
G4-selvitys	90

TILINPÄÄTÖS

Vuosi 2016 tiivistetysti	94
Hallituksen toimintakertomus	95
Hallintoneuvoston lausunto	100



ALKO OY

Perustehtävä ja toimintaympäristö

Alko haluaa tarjota asiakkailleen Suomen parasta henkilökohtaista palvelua. Sen vuoksi Alko kuuntelee asiakkaitaan ja muokkaa valikoimaa sekä toimintaympäristöään kuluttajien käyttäytymisen ja toiveiden mukaan. Viime vuoden lopulla avattu verkkokauppa on iso askel kohti asiakkaiden entistä kattavampaa palvelua, mutta uudistusmielisyys ei lopu tähän. Alkon muovautuminen toimintaympäristön vaatimusten mukaisesti keskittyy tänä vuonna neljään osa-alueeseen, joita ovat individualismi, alkoholilain tuomat muutokset, asiakkaiden tavoitettavuus ja vastuullisuus.

Alko lyhyesti

Perustehtävämme on alkoholijuomien vähittäismyynti niin, että otamme huomioon myymiemme tuotteiden haittavaikutukset. Toimintamme ja yli 4,7 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävien juomien vähittäismyyntin yksinmyyntioikeus perustuvat ennen kaikkea sosiaali- ja terveyspoliittisiin tavoitteisiin. Sosiaali- ja terveysministeriö vastaa Alkon omistajaohjauksesta ja valvonnasta Alkolle laissa määritellyn erityistehtävänsä vuoksi.

Myymlöissämme asiakkaitamme palvelee keskimäärin 2 385 alkolaista. Valikoimassamme on juomia noin 60 maasta. Alkon pääkonttori sijaitsee Helsingissä ja neljä aluetoimistoa ympäri Suomen. Vuoden 2016 lopussa Alkolla oli 353 myymälää. Vuoden aikana avattiin kolme uutta myymälää ja yksi suljettiin. Uusia myymälöitä avattiin Porin Puuvillaan, Kilpisjärvelle ja Helsingin Taivallahteen. Kouvolan keskustan myymälä suljettiin.

Paras asiakaspalvelu edellyttää Alkolta toimintaympäristön muutoksiin mukautumista



Asiakkaiden individualismi näkyy laatuun ja hyvinvointiin panostamisena

Alkon asiakkaat ovat individualisteja, jotka ovat kiinnostuneita siitä, millaisella juomalla lasinsa täyttävät. Asiakkaat haluavat enemmän valikoimaa – tuotteita juuri omia tarpeita varten – ja tuntea ostamansa tuotteet. Tästä syystä Alkon tuotevalikoimaa on kasvatettu ja nyt se kattaa jo reilusti yli 5 000 tuotetta. Erikoistilauksella on mahdollista tilata tuotteita vakiovalikoiman ulkopuoleltakin. Seuraavan kolmen vuoden aikana individualistien toiveet toimivat ohjenuorana valikoiman kasvattamiselle; vuoteen 2020 mennessä Alkon kautta on saatavilla jopa 10 000 tuotetta.

Terveytteen ja hyvinvointiin keskittyminen on yksi selkeä suuntaus kuluttajien keskuudessa. Kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin ohjaava yleistrendi näkyy siinä, että kuluttajat haluavat ostaa määrällisesti vähemmän, mutta laadukkaampia tuotteita. Alkon myymien juomatuotteiden keskihinta nousi edellisvuodesta n. 3,8 prosenttia eli 21 senttiä.

Hyvinvointitrendin myötä kuluttajat ovat entistä enemmän kiinnostuneita juoman ja ruoan yhdistämisestä ja kohtuullisesta alkoholien käytöstä. Esimerkiksi pienempien pullokokojen valikoimaa lisättiin viime vuonna vastaamaan paremmin asiakaskysyntää. Alko on myös lisännyt alkoholittomien ja matala-alkoholisten tuotteiden määrää valikoimassaan.

Uudenlaisten palvelumallien visiointi välttämätöntä alkoholilain uudistumisen myötä

Alkoholilain mahdollinen muutos vaikuttaa merkittävästi Alkon toimintaan. Esityksen mukaisena uusi laki tarkoittaa Alkon liikevaihdolle 100 miljoonan euron laskua. Sen vuoksi Alkon tulee panostaa asiakaspalveluun, palveluverkoston kehittämiseen ja tehokkuuden parantamiseen entistä ahkerammin.

Alkoholilaista huolimatta Alko kehittää toimintaansa strategian mukaisesti eli tarjoaa Suomen asiantuntevinta ja henkilökohtaista asiakaspalvelua. Alkon palveluverkosto koostuu tulevaisuudessa monimuotoisista myymälöistä, noutopisteistä, verkkokaupasta ja mahdollisista uusista palvelutavoista. Uudenlaisten palvelumallien visioiminen jatkuvan toimintaympäristön muutoksen keskellä on välttämätöntä.

Vastuullinen kuluttaja on kiinnostunut tuotteiden alkuperästä ja hankintaketjusta

Vastuullisuuden merkitys on kasvanut asiakkaiden ostopäätöksissä. Kuluttajat haluavat tietää, mistä heidän ostamansa tuote on peräisin ja miten se on hankittu sekä valmistettu. Alkolle on tärkeää olla tuotteiden jäljitettävyyden ja siitä viestimisen edelläkävijä, jotta asiakkaat voivat nauttia eettisesti ja korkeatasoisesti tuotetuista tuotteista. Alkon toiminnan ja myytävien tuotteiden vastuullisuudesta, myös keskeneräisistä ja korjattavista asioista, kerrotaan läpinäkyvästi. Vuonna 2016 Alko aloitti #nofilter-kampanjan, jonka tavoitteena on kertoa vastuullisuuskentästä nousevista haasteista avoimesti.

Alkolla on monia vastuullisuuteen liittyviä toimenpiteitä. Vuoteen 2020 mennessä Alko auditoi yhdessä Pohjoismaisten alkoholimonopoliin kanssa 150 tuottajaa alihankintaketjuinen. Vastuullisuuteen tähdätään myös logistiikassa; kuljetukset myymälöihin suunnitellaan mahdollisimman tehokkaiksi ja kuljetusliikkeiden CO₂-päästöjä seurataan. Vuoden 2017 aikana Alko myös lanseeraa erilaisia ympäristönäkökohtia huomioivan EcoLabel-valikoiman.

Alko entistä lähemmäs asiakasta – avainsanana monikanavaisuus

Kaupungistuminen muuttaa asiakasvirtoja ja vaikuttaa työvoiman saatavuuteen. Väestömäärän kasvu painottuu jatkossa yhä enemmän pääkaupunkiseudulle, maan eteläosiin ja alueellisiin kasvukeskuksiin; pääkaupunkiseudulle muuttaa 15 000 uutta asukasta vuosittain. Alko haluaa olla siellä, missä asioiminen on asiakkaille luontevinta.

Asiakasvirrat muuttuvat alueellisiin kasvukeskuksiin, mutta myös kivijalkamyymälöistä verkkoon. Tästä syystä monikanavaisen asiakaspalvelun merkitys kasvaa koko ajan. Marraskuussa avattu Alkon verkkokauppa tulee jatkamaan vahvaa kasvuaan ja perinteisen markkinan haastamista, sillä asiakkaat haluavat tehdä ostoksensa silloin kun se heille sopii, vaikkapa kotisohvalta käsin.

Verkkokauppa on digitaalisen palvelun yksi askel, mutta ei missään nimessä päätepiste. Asiakaspalvelun digitaalista tulevaisuutta rakennetaan Alkossa yhdessä asiakkaiden kanssa. Myymälät, noutopisteet ja verkkokauppa muodostavat yhdessä kattavan palvelukokonaisuuden, josta asiakas valitsee sopivimman tavan hyödyntää Alkon asiantuntijoita ja tehdä ostoksia. Tulevaisuudessa Alkon palveluverkosto koostuu useista toisiaan tukevista palvelumuodoista: verkkokaupasta, noutopisteverkostosta, asiakaspalvelukeskuksesta ja erikokoisista myymälöistä.

Alko lukuina

- 2 385 työntekijää (keskimäärin)
- 353 myymälää ja 66 noutopistettä
- 6 451 tuotetta
- 197 kotimaista tavarantoimittajaa ja valmistajaa sekä 276 ulkomaista tavarantoimittajaa
- 57,7 miljoonaa asiakaskäyntiä
- Liikevaihto: 1 162,7 miljoonaa euroa
- Liikevoitto: 46,6 miljoonaa euroa
- Omavaraisuusaste: 29,6 %
- Valtion omistus 100 prosenttia
- Perustettu: 1932
- Toimitusjohtaja: Hille Korhonen
- Pääkonttori: Helsinki

Alko palvelee henkilökohtaisesti ja vastuullisesti

Alkon tavoitteena on tarjota parasta asiakaskokemusta ja parasta työtä, olla aktiivinen vaikuttaja yhteiskunnassa sekä tehokas yritys.

Asiantuntevinta henkilökohtaista palvelua

Alko haluaa tarjota asiakkailleen asiantuntevinta ja henkilökohtaista asiakaskokemusta asiointipolun eri vaiheissa. Myymälä- ja noutopisteverkosto on vuoden 2016 aikana täydentynyt sitä saumattomasti tukevalla verkkokaupalla ja asiakaspalvelukeskuksella, jossa Alkon ammattitaitoiset myyjät vastaavat asiakkaiden kysymyksiin chatillä.

Strategiakauden aikana myymäläkonsepti uudistuu ja myymälät monimuotoistuvat asiakaslähtöisesti koon, ilmeen ja toimintamallien osalta. Vastaavasti verkossa tarjottavia palveluita lisätään.

Tuotevalikoimaa kehitetään jatkuvasti asiakaskysynnän ja trendien pohjalta. Alkon valikoimassa on lähes 6 000 tuotetta ja tavoitteena on 10 000 tuotteen valikoima vuoteen 2020 mennessä.

Osaamisella ja joustavuudella parasta työtä

Digitalisaatio edellyttää uusien työskentelytapojen ja työvälineiden omaksumista. Muutos tarjoaa samalla mahdollisuuksia työkuultuuriin uudistamiseen. Oppiminen tapahtuu entistä enemmän etäkoulutuksena; osaamista jaetaan aktiivisesti ja asiakkaan kysymyksiin etsitään vastauksia sisäisen verkoston kautta.

Strategiakaudella tavoitteena on joustavoittaa organisaatorakennetta. Toimintaa johdetaan entistä suuremmissa kokonaisuuksissa eli myymäläryhmissä ja työtä tehdään työssäkäyntialueilla. Tällä mahdollistetaan myös parempi työn tarjonnan ja kysynnän kohtaaminen. Uudessa työkuultuurissa oma johtajuus on entistä tärkeämpää.

Vastuullisuuden suunnannäyttäjä

Alko haluaa olla aktiivinen toimija yhteiskunnassa, edelläkävijä vastuullisuudessa ja profiloitua sidosryhmiä – asiakkaita, alkolaisia, mediaa, poliittisia päättäjiä ja tavarantoimittajia – kiinnostavilla osa-alueilla.

Alko tukee alkoholitutkimusta ja tuo esille alkoholin haitallisia vaikutuksia terveyteen ja hyvinvointiin. Verkkokaupassa, myymälöissä ja noutopisteissä ikärajavalvonnan tinkimätön hoitaminen on keskeinen tavoite. Tuotteiden toimitusketjun jäljitettävyyden ja eettisyys korostuvat entisestään.

Tehokas ketjuohjaus ja asiakaskokemusta tukevat prosessit

Alkon tavoitteena on toimia tehokkaasti niin ulkomaisiin erityistehtävayhtiöihin tai markkinoilla toimiviin palveluyrityksiin verrattuna. Digitaaliset palvelut ja myymäläverkosto edellyttävät sujuvia liiketoimintaprosesseja ja tarkoituksenmukaista tietojärjestelmärakennetta.

ALKON MISSIO JA VISIO STRATEGIAKAUDELLE 2017–2019



MyAlko-peli – innostava tapa jalkauttaa strategiaa

Kaikki alkolaiset ovat osallistuneet "Monikanavainen ja yhteisöllinen Alko" eli MyAlko-valmennuksiin kevään 2016 ja alkuvuoden 2017 aikana. Valmennus toi yhtiön strategian osaksi jokaisen alkolaisen arkea. Valmennuksessa käytävien keskustelujen myötä alkolaiset kasvattivat omaa ymmärrystään siitä, miten kunkin työ tulee tulevaisuudessa muuttumaan.

Henkilöstö ja luottamusmiehet osallistuivat yhdessä henkilöstöhallinnon kanssa pelin suunnitteluun ja kysymysten laadintaan. Alkon myymäläverkostosta eri puolelta Suomea koulutettiin 19 alkolaista valmentajiksi.

VUODEN 2016 TAVOITTEET JA NIISSÄ ONNISTUMINEN

Strateginen tavoite	Saavutuksia vuonna 2016
Paras asiakaskokemus	Kansallinen asiakaspalvelupalaute; paras tulos (8,55) kautta aikojen, kaupan alan paras, palveluyritysten kakkonen Verkkokaupan onnistunut avaus Lippulaivamyymälän avaus ja myymäläkonseptin uudistaminen
Vastuullinen toimija yhteiskunnassa	Maineeltaan ja vastuullisuudeltaan Suomen paras vähittäiskauppa (Kantar TNS) 3,8 miljoonaa ikärajatarkistusta #nofilter-kampanjan toteuttaminen Vastuullisen hankinnan toimintaperiaatteiden verkkokoulutus, hankintaketjun ympäristövaikutusten selvitystyön valmistuminen
Paras työ	Myyjien palkkausjärjestelmän uudistaminen My Alko -valmennukset koko henkilöstön osallistamiseksi yhtiön strategiaan Henkilöstökokemus hyvällä tasolla Myymäläverkoston resursointia joustavavoitettu mm. monimyyvälätyön pilotilla
Tehokas erikoisliikeketju	Tehokkuus ja palvelutaso hyvällä tasolla Kustannustehokkuus säilytetty volyymilaskusta ja kehityspanostuksista huolimatta Osingonmaksukyky ylläpidetty

Alkon uudessa myymälässä asiakas ja henkilöstö viihtyvät entistä paremmin

Uudessa myymäläkonseptissa toteutuvat monikanavaisuus ja asian-
tunteva sekä henkilökohtainen palvelu. Ensimmäisenä uuteen kon-
septtiin remontoitiin Arkadian myymälä.

Alko haluaa olla edelläkävijä huippuasiakaskokemuksen luomisessa.
Uudessa myymäläkonseptissa toteutuvat monikanavaisuus, asian-
tunteva ja henkilökohtainen palvelu sekä asiakkaan oppimiskokemus.

Myyväläkonseptin uudistamisessa on kuunneltu asiakkaita, hen-
kilöstöä ja muita sidosryhmiä. Syyskuussa 2016 avattu Arkadian
myymälä on konseptiuudistuksen ensimmäinen pilottimyyvälä ja se
toimii testilaboratoriona uusille ideoille. Arkadian myymälästä uusi
konsepti leviää hiljalleen kaikkiin Alkoihin.



Kalustus on täysin uudistettu ja sisustukselliset yksityiskohdat ovat
viimeistellyt. Myymälän opasteissa on haettu tyylikkyyttä ja luotu
tunnelmaa. Tavoitteena on ollut raikas tyyli, jossa Alkon brändi on
tunnistettavissa.

Uudessa konseptissa valaistukseen on kiinnitetty erityistä huomiota.
Tarkoituksena on ollut luoda modulaariset kalusteratkaisut, jotka
skaalautuvat erikokoisiin myymälöihin ja sesonkeihin. Graafiset kuo-
sit ja myymälän kommunikaatiomateriaalit viimeistelevät inspiroivan
kokonaisuuden.

Vuoden 2016 lopulla Alkolla oli 353 myymälää

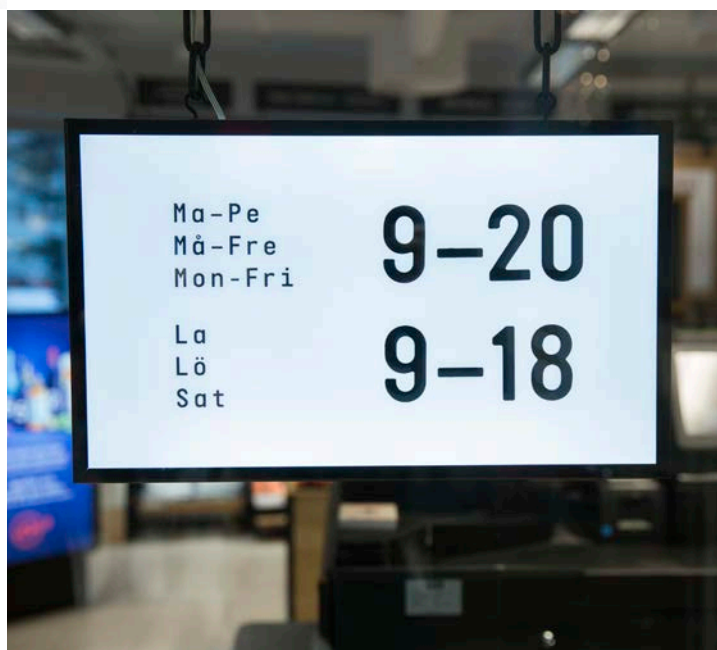
Vuonna 2016 Alko perusti kolme uutta myymälää ja lopetti yhden.
Uudet myymälät avattiin Porin Puuvillaan, Kilpisjärvelle ja Helsingin
Taivallahteen. Kouvolan keskustan myymälä suljettiin. Alkon myymä-
löistä 12 muutti paikasta toiseen ja 14 liikkeessä myymälä uusittiin.

Monikanavaisuus näkyy kivijalassa

Palvelutarjonta pirstoutuu yhä enemmän kaikilla aloilla, kun di-
gitaaliset palvelut tulevat fyysisten myymälöiden rinnalle. Alkon
tavoitteena on huolehtia siitä, että asiakaskokemus on yhtenäinen ja
henkilökohtainen kaikissa kanavissa. Myymäläympäristön tulee olla
persoonallinen ja tuoda brändin ominaisuudet vahvasti esille, jotta
kivijalkakauppa säilyy kiinnostavana asiakkaalle. Uusi myymäläkon-
septi tukee Alkon vuonna 2016 avattua verkkokauppaa. Konseptiuu-
distuksen yhteydessä myymälöihin on tuotu mobiileja työvälineitä,
verkkokauppatilausten säilytysratkaisuja sekä noutotiskikokonaisuus.

Erityishuomio valaistukseen

Uudessa konseptissa myymälöiden ilmettä on uudistettu asiakas- ja
henkilöstökyselyiden perusteella. Uuden myymäläkonseptin ilme on
elämyksellisempi ja kiinnostavampi kuin aikaisemmin.



Alkon asemalla on suomalaisten tuki

Suomalaiset pitävät alkoholipoliittisia rajoituksia sopivina.

Suomalaisista 60 prosenttia pitää nykyisiä alkoholipoliittisia rajoituksia sopivina tai haluaisi tiukentaa niitä. Viime vuonna vastaava luku oli 58 prosenttia. Suomalaisista 32 prosenttia haluaisi löysentää rajoituksia. Liberaalimpaa alkoholipolitiikkaa kaipaavien suomalaisten osuus on laskenut, sillä vuosi sitten höllentämistä toivoi 35 prosenttia.

Suomalaisista 62 prosenttia (60 %) pitää Alkoa hyvänä tapana rajoittaa alkoholihaittojen laajuutta. Suomalaisista 82 prosenttia katsoo, että Alko on onnistunut asiakaspalvelussa erittäin tai melko hyvin. Vastuullisuuden osalta 83 prosenttia on sitä mieltä, että Alko on täyttänyt tavoitteensa erittäin hyvin tai melko hyvin.

Tiedot selviävät Kantar TNS Oy:n ja Terveystieteiden tutkimuskeskuksen vuosittaisesta Alkoholipoliittiset mielipiteet -tutkimuksesta, jota on tehty vuodesta 1984. Tutkimus julkaistiin helmikuussa 2017.

Alkoholin ostoikärajat ovat Suomessa kohdillaan

Suomessa oluen ja viinien ostoikäraja on 18 vuotta. Sitä pitää sopivana tai liian matalana 98 (98) prosenttia vastaajista. Väkevien ostopäätöksiä on 20 vuotta. Sitä pitää sopivana tai liian matalana 88 (91) prosenttia.

Tiedot selviävät Alkoholipoliittiset mielipiteet -tutkimuksesta.

Alkoholipoliittiset keinot

Tutkimustietojen perusteella alkoholin haittoja voidaan vähentää tehokkaimmin:

- nostamalla alkoholin verotusta
- rajoittamalla alkoholin mainontaa
- monopolisoimalla alkoholin vähittäismyyntiä
- rajoittamalla alkoholijuomien myyntiaikoja
- tehostamalla rattijuopumuksen vastaista työtä
- tehostamalla sosiaali- ja terveydenhuollon toimintatapoja.

Lähde: Sosiaali- ja terveysministeriö

”Mitä tapahtuisi viinikulttuurille, jos joka bensa-asemalta voisi ostaa viiniä?”

Alkoholilain uudistus vapauttaa vahvojen oluiden ja juomasekoitusten myyntiä, mutta viinit ja viinat pysyvät edelleen Alkoissa. Moni kuitenkin haluaisi myös viinit ruokakauppojen valikoimiin. Alkon tuoteviestintäpäällikkö Taina Vilkuna ja Sommelier-yhdistyksen puheenjohtaja Samuil Angelov istuivat pöydän ääreen keskustelemaan viinien myynnin vapauttamisesta. Johtaisiko vapauttaminen suomalaisen juomakulttuurin jyrkkään alamäkeen vai olisiko se parempaa palvelua viiniharrastajille?

SA:

Alkoholin myynnin vapauttamiselle tulisi löytää kultainen keskitie. Alkoholi on meillä kuuma peruna, josta kukaan ei uskalla ottaa koppia.

Ravintolayrittäjänä haluaisin luvan myydä viinejä ja tehdä bisnestä siten, että pystyisimme palvelemaan asiakasta laajemmin kuin nyt. Sitä kautta saataisiin toivottua volyymiä ravintolamyyntiin. Ja kun volyymi kasvaa, ravintoloiden viinihinnoittelu voitaisiin saada lähemmäksi eurooppalaista tasoa.

Malli voisi olla esimerkiksi sellainen, että anniskeluluvan omaavat ravintolat voisivat myydä alkoholia ulos ekstraluvalla. Rajan vetäminen siihen, ketkä saavat myydä, on toki vaikeaa. Varsinkin siksi että päivittäistavarakauppa hallitsee kaksi keskusliikettä.

TV:

Niin, siinä mentäisiin monopolista kahden suuren valtaan. Pian myynnissä olisi lähinnä Rainbow- ja Pirkka-viiniä. Viinikulttuurin kehittymisen kannalta vapautus ei olisi valoisia vaihtoehtoja. Myös asiakaspalvelu romahtaisi, sillä viinien valintaan tuskin riittäisi marketeissa henkilökuntaa.

SA:

Toisaalta nytkin ihmiset hankkivat eniten ostamia tuotteita netistä tai Virosta. Ja kaikki verotettava tulo jää niistä ostoksista saamatta. Jos alkoholi olisi kauppohen valikoimissa, verotulot jäisivät Suomeen. Erikoisimpia viinejä voisi myydä ravintoloista ulos, ja vero voisi olla vaikka hiukan korkeampi.

TV:

Alkossa asioidessa asiakkaat voivat olla varmoja siitä, että verot on hoidettu ja esimerkiksi viinin hinnassa puolet on veroa. Jos tiettyä tuotetta ei löydy valikoimista, niin asiakaspalvelumme on valmis etsimään kyseisen tuotteen.

Säilyisikö alueellinen tasapuolisuus?

Jos viinit voisi hakea samalla kauppareissulla paikallisesta marketista, kutistuisiko valikoima nykyiseen verrattuna tai olisiko siinä suuria alueellisia eroja? Mitä viininharrastajalle olisi tarjolla Helsingissä - entä Pohjois-Karjalassa tai Rovaniemellä?

SA:

Eri alueilla on melko eriasteinen tietämys viineistä. Helsingin keskustassa tuotevalikoimaan halutaan eri tuotteita kuin muualla Suomessa.

TV:

Alkolla on kattava verkosto myymälöitä, ja verkkokaupan avaamisen myötä todella laaja tuotevalikoima on nyt kaikkien saatavilla. Verkkokaupan valikoimassa on noin 5 000 tuotetta ja tavoitteena on kasvattaa valikoima 10 000 tuotteeseen. Nyt myös pienillä tuottajilla on mahdollisuus listautua Alkon nettikauppaan, itse päättämälään hinnalla. Tämä on iso parannus monipuolisten juomien saatavuuteen.

Alkossa pyritään löytämään keinot palvella kaikkia asiakkaita. Verkkokaupalla on roolinsa siinä tavoitteessa. Myös verkkokaupassa on mahdollisuus henkilökohtaiseen chat-keskusteluun Alkon myyjän kanssa. Verkkokaupan työntekijät saavat saman säännöllisen koulutuksen kuin myymälöidenkin henkilökunta.

SA:

Siitä olen samaa mieltä, että Alkossa on erinomainen palvelu. Myyjät ovat ammattilaisia ja tuntevat tuotteet.

Kuuluuko monopoli nyky-Eurooppaan?

Suomessa on ollut monopoli alkoholin myynnille jo pitkään. Monopolia on perusteltu muun muassa haittojen ehkäisyllä. Olisiko tilanteeseen olemassa hyviä vaihtoehtoja?

SA:

Emme ole juomiskulttuuriltamme eurooppalaisia. Selittävätköhän juomistapamme monopolin tarvetta, valtion alkoholiliike tuntuu olevan pohjoismainen ilmiö.

TV:

Maailmalla monopoli ei ole harvinainen, vaikka Etelä-Euroopassa järjestelmää ei olekaan. Kanadassa on monopoli lähes kaikissa osavaltioissa. Yhdysvalloissa alkoholimonopoli on kahdessakymmenessä osavaltiossa. Tätä tosin Suomessa ei haluta kuunnella, kun vauhtisokeana halutaan purkaa norveja.

Euroopassa muuten kaikissa muissa maissa alkoholipolitiikkaa ollaan kiristämässä ja esimerkiksi Ruotsissa Systembolagetia kannattaa ylivoimainen enemmistö, eikä ruokakauppoihin olla vaatimassa edes kolmosolutta.

SA:

Ehkä juomiskulttuurimme on lähempänä venäläisiä kuin eurooppalaisia. Olisiko vastustus monopolia kohtaan kasvanut esimerkiksi siksi, kun Viro vapaine viinamyynteineen on vieressä.

TV:

Viron hallitus on päättänyt merkittävistä alkoholiveron korotuksista, oluen verotus kaksinkertaistuu vuoden sisällä.

Kuka huolehtisi tuotteiden laadusta ja vastuullisuudesta?

TV:

Yksi monopolin parhaita puolia on laadun varmistus. Ennen kuin uusia tuotteita otetaan vakiovalikoimaan, ehdokkaat käyvät läpi tiukan kilpailun. Alkossa varmistetaan, että tuotteet ovat laadukkaita ja tasalaatuisia. Yhdessä haussa saattaa olla 50 viiniä, joista vain yksi valitaan. Tuotteiden valinta on myös samanlaista ja läpinäkyvää kaikille toimittajille.

SA:

Kannatan alkoholin myynnin vapauttamista, mutta se pitää tehdä harkiten. Koska työskentelen ravintola-alalla, tiedostan hyvin myös alkoholista aiheutuvat haitat. Myynnin vapautumisen ei pidä tarkoittaa sitä, että "alan ammattilaiset" ovat aamukahdeksalta hakemassa päivän pulloa Lidlistä.

TV:

Alkoholi ei ole samanlainen hyödyke kuin leipä ja makkara, sillä siitä on isot kustannukset yhteiskunnalle. Jos viinit menisivät maitokauppaan, käytännössä myös väkevät viinat menevät samalla - muu välimuoto ei menisi EU-lainsäädännössä läpi. Myöskään pelkkää viinaa myyvää Alkoa ei olisi taloudellisesti kannattavaa ylläpitää.

Alkossa jokainen asiakkaalta saatu euro tuloutetaan valtiolle takaisin ja voidaan käyttää alkoholihaittojen hoitoon. Tämä on ylivoimaisen hyvä vaihtoehto sille, että samat eurot menisivät kahden keskusliikkeen pussiin. Jos kuka tahansa voisi myydä vahvoja alkoholeja, kuka sitten maksaisi alkoholihaittojen kustannukset ja mitä tapahtuisi vastuullisuudelle?

Alkoholilain uudistus

- Alkoholilain uudistus on tuomassa enintään 5,5 prosentin vahvuiset oluet ja juomasekoitukset ruokakauppoihin, huoltoasemille ja kioskeille.
- Ravintolat ja pienpanimot saivat uudistuksen myötä myydä enintään 5,5 prosentin vahvuisia juomia asiakkaille mukaan. Uudistus vapauttaisi myös mm. anniskeluaikojä ja Alkon aukioloaika.
- Alkoholilain tarkoituksena on jatkossakin ehkäistä alkoholista aiheutuvia haittoja.
- Uudistuksen periaatteina ovat esimerkiksi Alkon vähittäismyyntimonopolin ja nykyisen lupajärjestelmän säilyttäminen ja nykyisen lainsäädännön tarpeettomien, vanhentuneiden tai kankeiden normien purkaminen. Normit ovat rasittaneet erityisesti ravintola-alaa.

Väittäisin, että Alkossa on helpompi kieltäytyä myymästä päihtyneelle tai alaikäiselle. Yksin työskentelevän R-kioskin tai pikkukaupan myyjän voi olla haasteellista olla vastuullinen samassa tilanteessa.

Suomalainen viinikulttuuri kukoistaa

SA:

Tällä hetkellä suomalaisten suhde viinikulttuuriin on superhienossa nousussa. Sommelier-kollegat Pohjoismaista ovat kommentoineet, että meillä on myymäläketju, joka pystyy tarjoamaan viinejä kaikkialta maailmasta. Suomessa ei viiniä tuoteta itse, mutta ehkä juuri siksi pystymme katsomaan objektiivisesti koko viinimaailmaa.

Mitä tapahtuisi viinikulttuurille, jos joka bensa-asemalta voisi ostaa viiniä? Malli tyhmentäisi kulutusta ja veisi "määrä korvaa laadun" -malliin. Nythän on päinvastoin, kun suomalaisten ostamien viinien keskihinta on nousut. Ostetaan yhä enemmän laatua.

TV:

Kaikissa muissa Alkon tuoteryhmissä myynti on pienentynyt, mutta viinit ja kuohuviinit nousevat. Toivoisinkin, että asiakkaat olisivat valmiita valitsemaan muutaman euron enemmän maksavan tuotteen. En tarkoita hinnan tuplaamista, mutta kymppin pulloista voi siirtyä 13–15 euroa maksaviin. Silloin huomaa, miten paljon viinin vivahteet voivat kohottaa ateriointia.



Jos kuka tahansa voisi myydä vahvoja alkoholeja, mitä tapahtuisi vastuullisuudelle?



Viinikulttuurin kehittymisen kannalta vapautus ei olisi valoisa vaihtoehto.

Asiakaskokemus

Alkon myymäläkonsepti uudistettiin ja verkkokauppa avattiin myös kuluttaja-asiakkaille. Asiakastyytyväisyydessä Alko sai kaikkien aikojen parhaan arvosan.

Alkon strategisena tavoitteena on olla Suomen paras palveluyritys ja suunnannäyttävä parhaan asiakaskokemuksen tarjoamisessa. Paras asiakaskokemus on myös kaikkea Alkon tekemistä ja henkilöstön palkitsemista ohjaava mittari.

Paras asiakaskokemus merkitsee asioiden helppoutta ja huippuasiakaskokemusta kaikissa kanavissa. Alkossa asiakaskokemusta johdetaan osa-alueittain, joita ovat tuotevalikoima, palveluverkosto, myymälässä ja verkossa tapahtuva asiakaspalvelu, asiakkaalle tarjottavat lisäpalvelut sekä niin kutsuttu brändikokemus.

Asiakaskokemuksen kehittämisen ytimessä on asiakas itse. Uskomme, että parhaaseen lopputulokseen päästään, kun kuuntelemme asiakkaiden toiveita, kohtaamme asiakkaat yksilöinä ja tarjoamme rohkeasti heidän arvostamia tuotteita, tietoa ja inspiraatiota arkeen ja juhlaan.

Alko oli Suomen toiseksi paras palveluyritys vuonna 2016

Alko mittaa asiakaskokemusta säännöllisesti eri menetelmin. Vuonna 2016 Alko sai kaikkien aikojen parhaan arvosan (8,55) asioiden helppoutta ja asiakkaiden tyytyväisyyttä mittaavassa tutkimuksessa. Vuonna 2015 arvostana oli 8,50 asteikolla neljästä kymmeneen.

Taloustutkimuksen toteuttaman Kansallinen asiakaspalvelupalaute -tutkimuksen mukaan Alkon palvelu ja nettosuosittelevuudeksi (40) on vastaajien silmissä kaupan alan paras ja Alko on kirjaston jälkeen toiseksi paras palveluyritys kolmenkymmenen suomalaisen palveluyrityksen joukossa.

Tutkimustulosten perusteella Alkon vahvuuksia ovat huipputasoinen palveluasenne ja asiantuntemus. Ensivaikutelma myymäläasioinnista on erinomainen ja kassapalvelu on sujuvaa.

Kehityskohteina mainittiin tilojen viihtyisyys ja palvelun joustavuus. Hinta-laatu-mielikuva sai kaikkein alhaimmat arviot. Uskomme, että vuonna 2016 tekemiemme uudistusten ansiosta meillä tulee olemaan edellytykset tehdä positiivinen vaikutus asiakkaisiin erityisesti myymälöiden viihtyisyydessä ja palvelun joustavuudessa.

Elämyksellistä palvelua myymälöissä ja verkossa

Vuonna 2016 Alko teki kaksi merkittävää investointia asiakaskokemuksen kehittämiseksi, kun se uudisti myymäläkonseptinsa ja avasi verkkokaupan kuluttaja-asiakkaille.

Konsepti perustuu uuteen myymälätyypitykseen, jonka tarkoitus on tarjota jokaiselle asiakkaalle entistä paremmin hänen tarpeitaan vastaava valikoima ja myymälä. Uuden konseptin mukaisissa myymälöissä on panostettu elämyksellisyyteen, viihtyvyyteen ja tuotevalikoimaan. Ne tarjoavat miellyttävän näyttämön erilaisille tuoteryhmille ja -maailmoille, kutsuvat viipymään ja tutustumaan esimerkiksi tuotteiden taustalla oleviin tarinoihin.

Vuoden loppuun mennessä Alko uudisti yhteensä yksitoista myymälää uuden konseptin mukaisiksi. Näitä ovat muun muassa Helsingin Arkadian, Lauttasaaren ja Pitäjänmäen myymälät sekä Espoon Iso-omenan, Kuopion Haapaniemen ja Salon myymälät. Konseptiuudistus jalkautuu sitä mukaa, kun uusia myymälöitä avataan tai nykyisiä remontoidaan. Tavoitteenamme on uudistaa koko palveluverkosto tulevien vuosien aikana.

Marraskuussa avattiin verkkokauppa kuluttaja-asiakkaille, jonka ansiosta Alkon koko valikoima on nyt saatavilla kaikkialla Suomessa.

Verkkokauppa vahvistaa Alkon palveluverkostoa ja tarjoaa alustan uudenlaisten palvelujen tarjoamiselle, kuten koulutuksille sekä ruoka- ja juomatietoudelle. Asiakkaat ottivat verkkokaupan hyvin vastaan. Vuonna 2017 Alko jatkaa verkkokaupan ja digitaalisten palveluiden kehittämistä asiakkaiden toiveiden perusteella.

Paras asiakaskokemus kantaa pitkälle

Digitalisaatio sekä sen mukanaan tuoma teknologian murros ja markkinoiden maantieteellisten rajojen hämartyminen vaikuttavat voimakkaasti asiakkaiden kulutustottumuksiin. Näkyvissä on, että asiakkaiden odotukset Alkoa kohtaan vain kasvavat. Alko jatkaa määrätietoista työtä sen eteen, että jokainen asiakas kokee jatkossakin saavansa Alkosta itseään kiinnostavia tuotteita, inspiraatiota ja palveluita sekä myymälöissä että verkossa.

Yksi lähitulevaisuuden prioriteeteista on palveluverkoston kehittäminen siten, että myymälät, noutopisteet ja verkkokauppa tukevat toisiaan entistä paremmin. Tähän työhön on otettu mukaan useita Alkon asiakaspalvelun ammattilaisia eri puolilta Suomea.

Alkolla on myös kunnianhimoinen tavoite kasvattaa tuotevalikoimaa nykyisestä noin 5 500 tuotteesta noin 10 000:een vuoteen 2020 mennessä. Pyrimme tuomaan uusia tuotteita valikoimiin nopeallakin aikataululla, tarvittaessa esimerkiksi pienempiä asiakasryhmiä palvelevien erikoiserien muodossa.

Asiakaskokemusta mitataan Kansallinen asiakaspalvelupalaute-tutkimuksen lisäksi ovensuuhaastatteluin kaikissa Alkon myymälöissä.

- Haastatteluiden tuloksena saatava asiakaskokemusindeksi kehittyi merkittävästi ollen 4,15 (4,07 vuonna 2015).
- Ovensuuhaastatteluiden perusteella asiakkaiden suositteluhalukkuus on erittäin vahvaa. Alkon keskeisin vahvuus on asiakaspalvelijoiden palveluasenne.
- Kehitettävää on vielä oheistuotteiden ja sesonkiesillepanojen huomioarvossa sekä kiinnostavuudessa.

Ovensuuhaastatteluita käytettiin mittausmenetelmänä Alkossa viimeistä kertaa vuonna 2016. Asiakasymmärrystä luodaan vuonna 2017 useilla sähköisillä asiakaskyselyillä, joilla varmistetaan tiedonsaanti kaikista palvelukanavistamme.

Verkossa juoman löytäminen on yhtä inspiroivaa kuin myymälässäkin

Alkon myyntikanavat laajenivat marraskuussa 2016, kun kuluttajille tarkoitettu verkkokauppa avattiin. Sen liikkeellepanevana voimana on halu palvella asiakkaita siellä, missä he haluavat entistä enemmän asioida – verkossa.

Verkkokauppa tarjoaa asiakkaille eri puolilla Suomea tasapuolisen mahdollisuuden tutustua ja tehdä ostoksia Alkon 5 000 tuotteen valikoimasta. Asiakas voi tehdä verkkokauppaostoksensa rauhassa silloin, kun hänelle sopii. Verkkokaupasta voi tilata tuotteita tarvitsemansa määrän yhdestä pullosta ylöspäin. Tuotteet noudetaan Alkon myymälöistä tai noutopisteistä.



"Haluamme palvella asiakkaitamme entistä paremmin ja nykyaikaisemmin. Tavoitteena ei ole myynnin kasvattaminen, vaan asiakaspalvelun kehittäminen vastaamaan kuluttajien toiveita", sanoo verkkokaupasta vastaava liiketoimintajohtaja **Paula Kujansivu**.

Asiantuntija taskussa

Alkon asiantuntemus juomissa sekä ruoan ja juoman yhdistämisessä on asiakkaan käytettävissä. Alkon asiantuntijat vastaavat myymälöiden aukioloaikoina henkilökohtaisesti asiakkaiden kysymyksiin chatissa, puhelimitse tai sähköpostitse. Asiakkaat voivat myös itse etsiä sopivia juoma-ruokayhdistelmiä alko.fi:ssä esimerkiksi yhdistä ja onnistu -palvelun avulla "Autamme asiakkaita löytämään sopivan juoman vaikkapa kevään juhliin tai retkievään seuraksi", kertoo Kujansivu.



Palveluja kehitetään yhdessä asiakkaiden kanssa

Alko kehittää jatkuvasti asiakaskokemusta ja palveluita. Verkkokauppa on digitaalisen palvelun yksi askel, ei päätepiste. Kuuntelemme asiakkaiden palautetta ja kehitämme verkkokauppaa jatkuvasti. Alko on kehittänyt digitaalisia palvelujaan yhdessä asiakkaiden ja myymälähenkilöstön kanssa useita vuosia. Palautteen perusteella on parannettu verkkosivujen hakutoimintoja ja monipuolistettu verkossa olevaa tuoteinformaatiota. Asiakkaiden ja henkilöstön kanssa pidettyjen työpajojen tuloksia näkyy myös valmiissa verkkokaupassa erilaisina palveluina ja toimintoina.



Alkoholijuomien myynnin lasku loiveni vuonna 2016

Valkoviinit, kuohuviinit ja roseeviinit kasvattivat suosiotaan vuonna 2016. Myös luomu- ja eettisen kaupan tuotteiden myynti kasvoi merkittävästi.

Miedot viinit (mm. puna-, valko- ja kuohuviinit) ovat Alkon alkoholijuomaryhmistä suurin. Litroina mitattuna mietojen viinien osuus on 57,6 prosenttia alkoholijuomamyynnistä. Vuonna 2016 mietojen viinien myynti oli tasaista verrattuna edelliseen vuoteen. Mietoja viinejä myytiin yhteensä 53,9 miljoonaa litraa vuonna 2016.

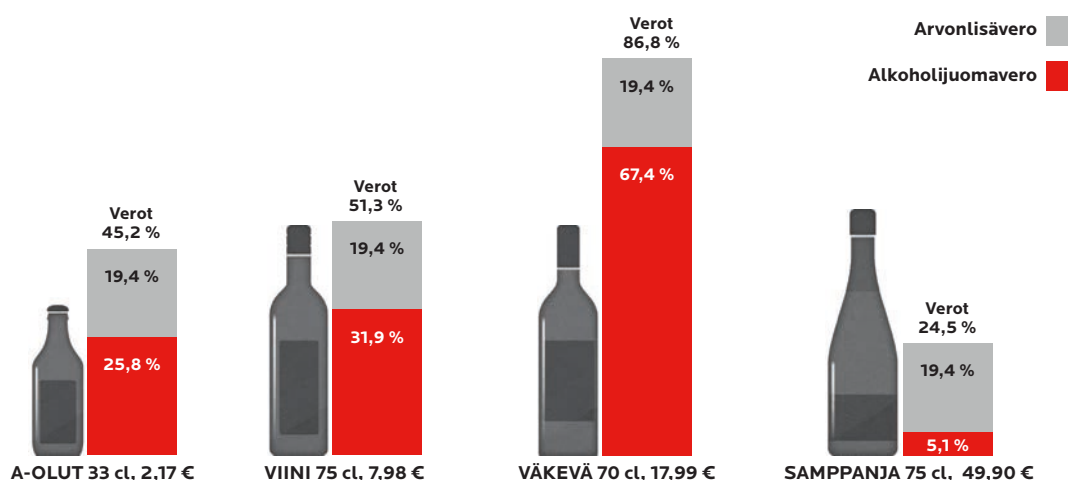
Eniten viineistä myytiin punaviinejä (24,5 milj. litraa), ja niiden osuus kaikista miedoista viineistä oli 45,4 prosenttia. Punaviinejä myytiin 1,6 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2015. Myydyistä punaviineistä lähes 30 prosenttia oli chileläisiä. Seuraavaksi suosituimpia ovat espanjalaiset, italialaiset ja australialaiset punaviinit. Pulloissa myydyistä punaviineistä vähittäishinnaltaan alle 10 euron viinien osuus oli 69,3 prosenttia. Pulloissa myydyistä punaviineistä yli 10 euron viinien osuus kasvoi 5 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna.

Valkoviinejä myytiin yhteensä 21,2 milj. litraa. Tämä on noin 100 000 litraa enemmän kuin vuonna 2015. Valkoviinin osuus kaikista miedoista viineistä oli 39,2 prosenttia. Suosituimpia olivat chileläiset, eteläafrikkalaiset, saksalaiset ja italialaiset valkoviinit. Pulloissa myydyistä valkoviineistä vähittäishinnaltaan alle 10 euron viinien osuus oli noin 80,4 prosenttia.

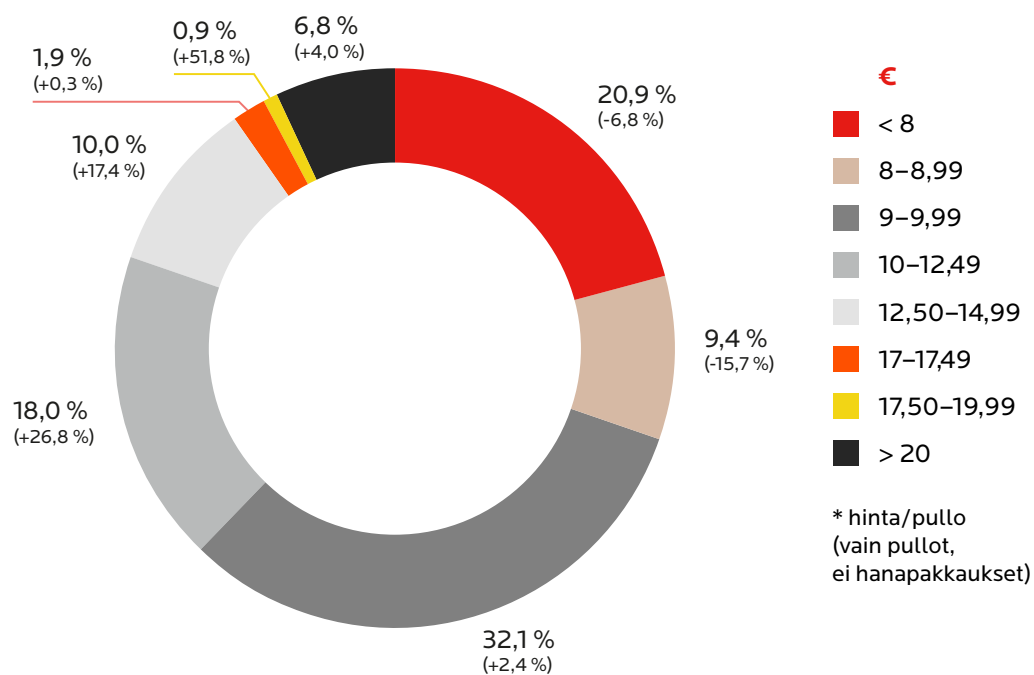
Kuohuviinien suosio jatkui. Niiden myynti kasvoi 3,5 prosenttia ja kokonaismyynti oli noin 5,4 miljoonaa litraa. Alkosta ostetuista kuohuviineistä 37,1 prosenttia oli espanjalaisia ja niiden osuus on hienoisesti kasvanut vuodesta 2015. Kaupaksi kävivät hyvin myös italialaiset kuohuviinit, jotka kasvattivat huomattavasti myyntejään.

Erityisesti lämmin alkukesä suosi roseeviinejä. Roseeviinit jatkoivat tasaista kasvuaan myös vuonna 2016. Kesä on roseeviinien parasta myyntisesonkia, mutta roseet ovat vakiinnuttaneet asemaansa valikoimassa myös sesongin ulkopuolella.

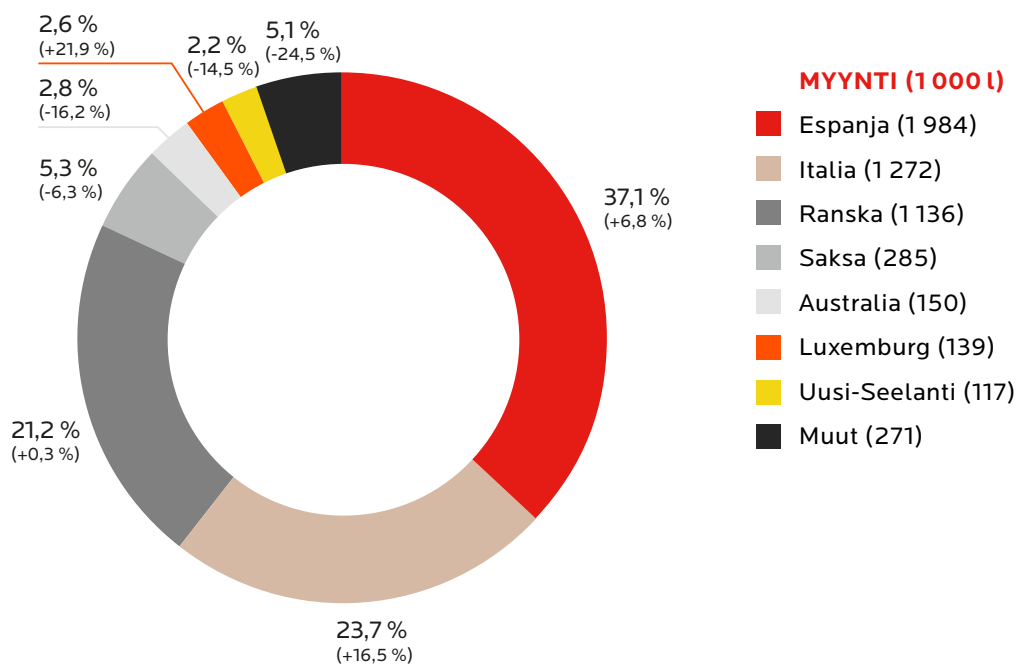
VERON OSUUS ERI ALKOHOLIJUOMISSA



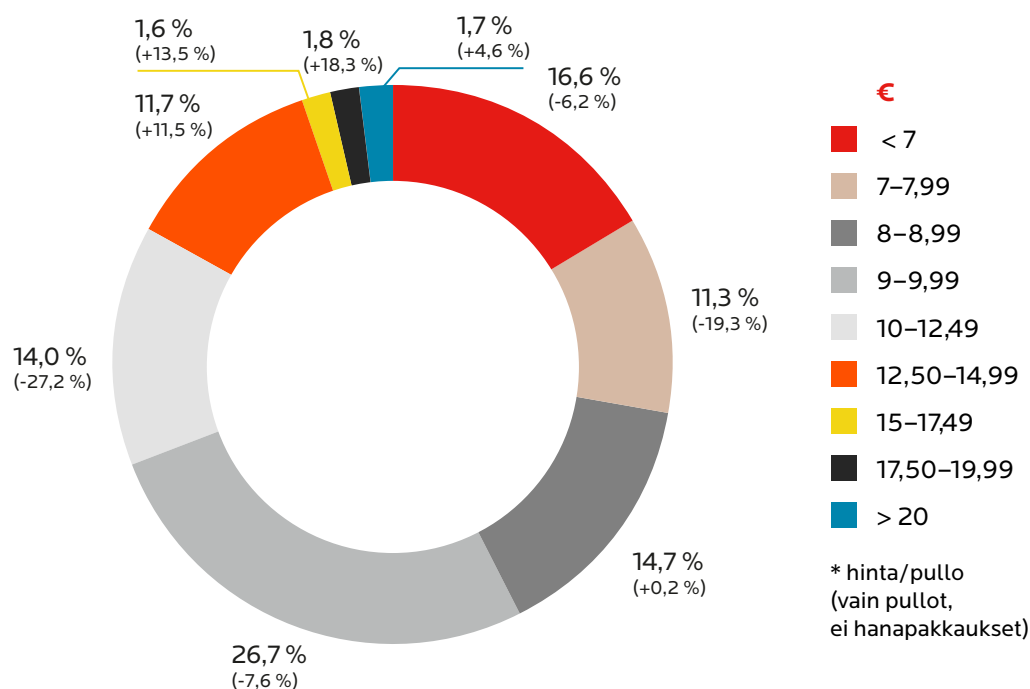
KUOHUVIINIEN MYYNTI HINTARYHMITÄIN



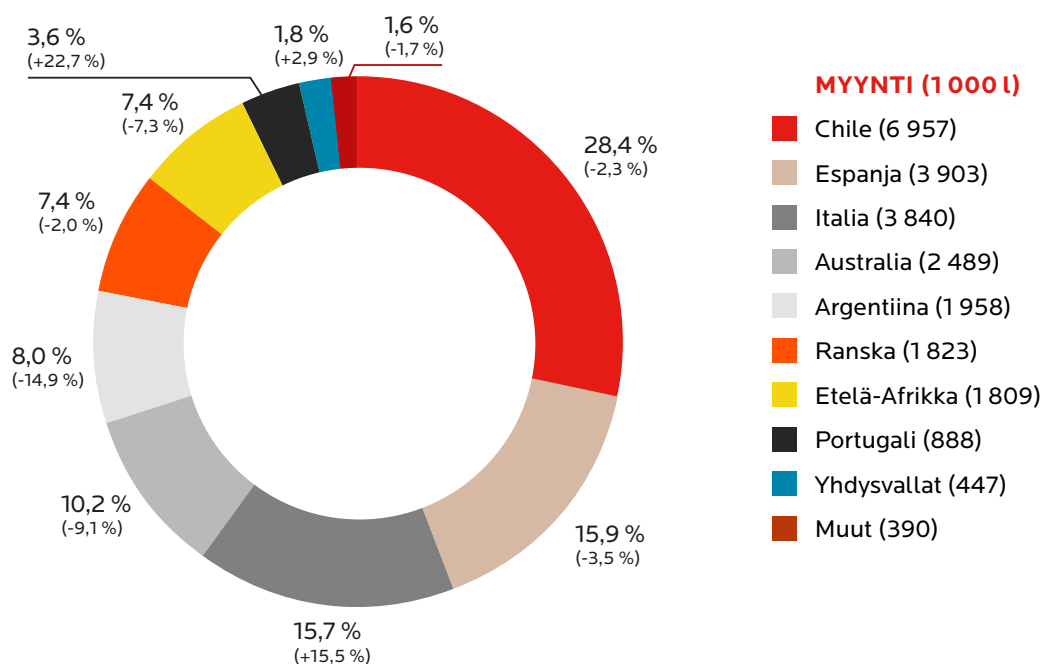
KUOHUVIINIEN MYYNTI ALKUPERÄMAAN MUKAAN



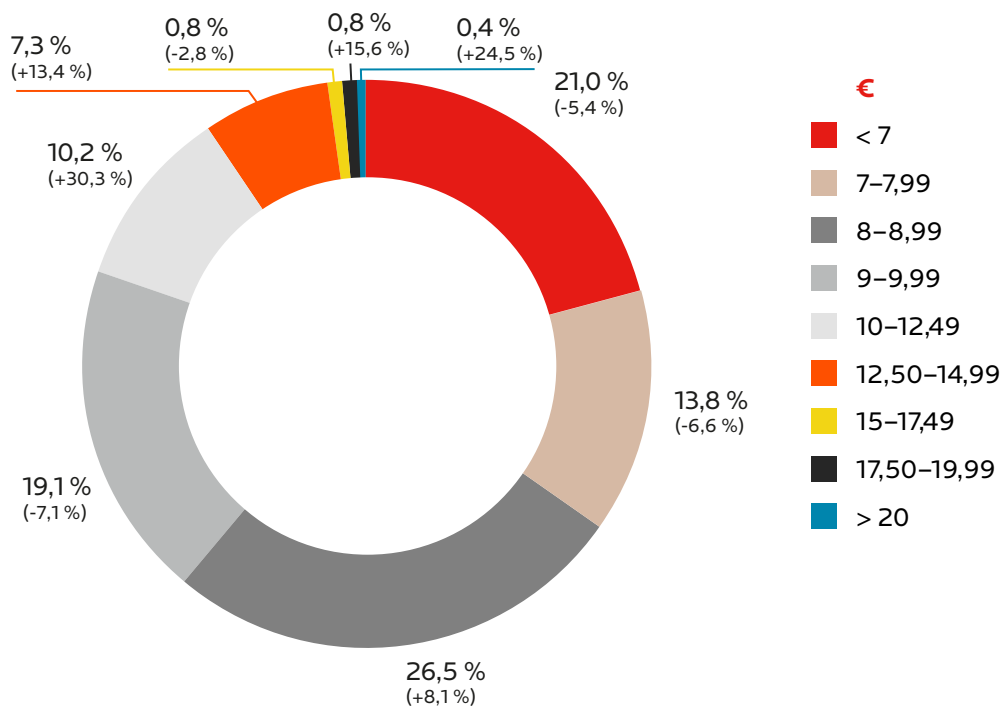
PUNAVIINIEN MYynti HINTARYHMITTÄIN



PUNAVIINIEN MYynti ALKUPERÄMAAN MUKAAN

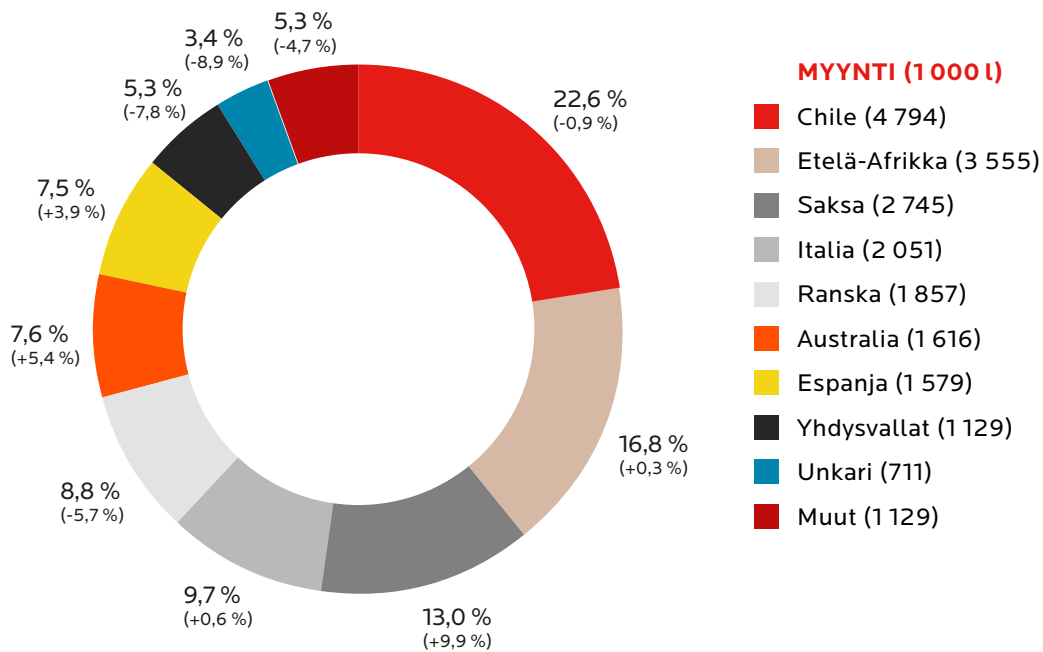


VALKOVIINIEN MYYNTI HINTARYHMITÄIN

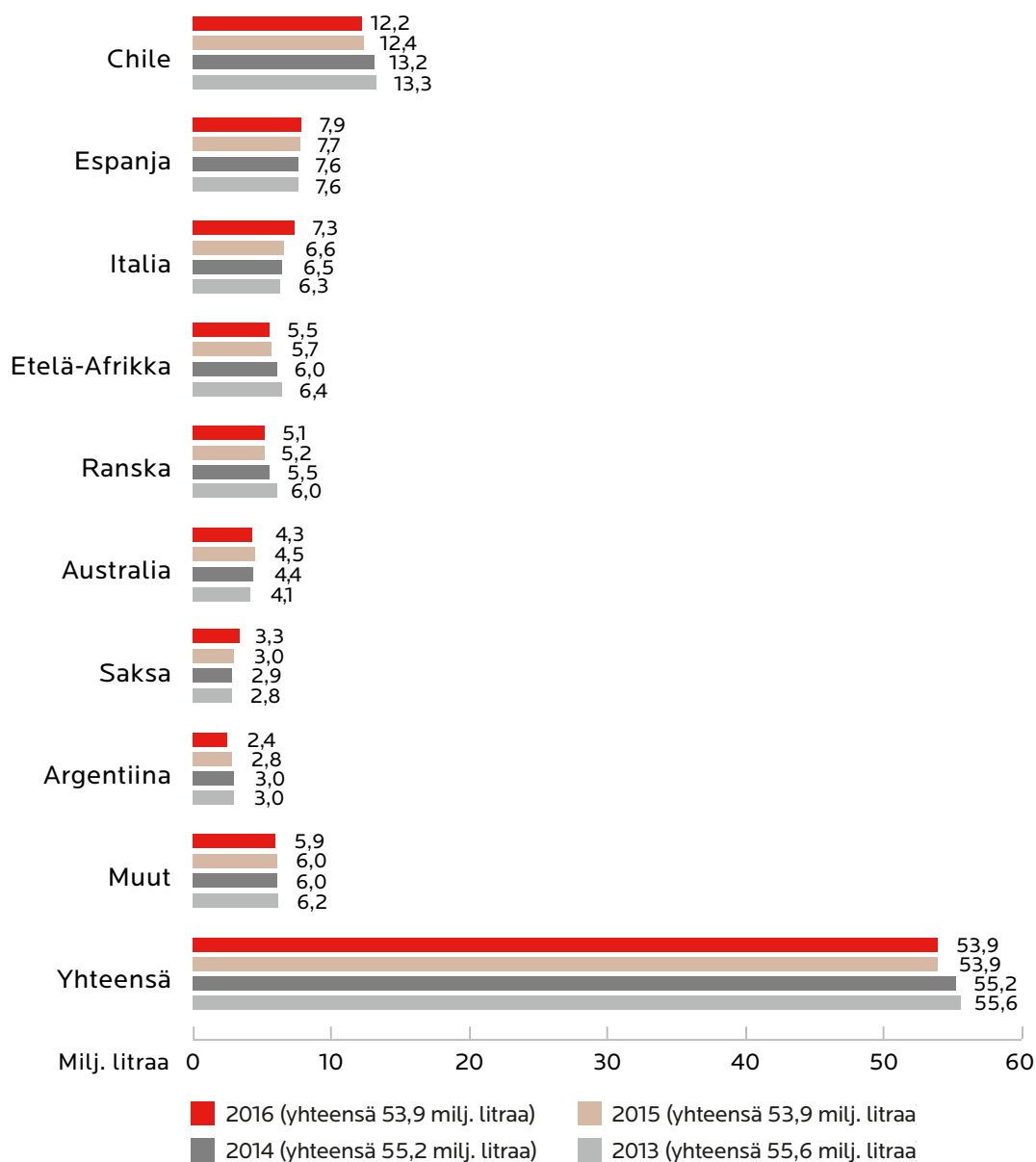


Luvut sisältävät valkoviinien lisäksi myös roseeviinit ja muut miedot viinit.

VALKOVIINIEN MYYNTI ALKUPERÄMAAN MUKAAN



VIINIT YHTEENSÄ MAITTAIN (Milj. litraa)

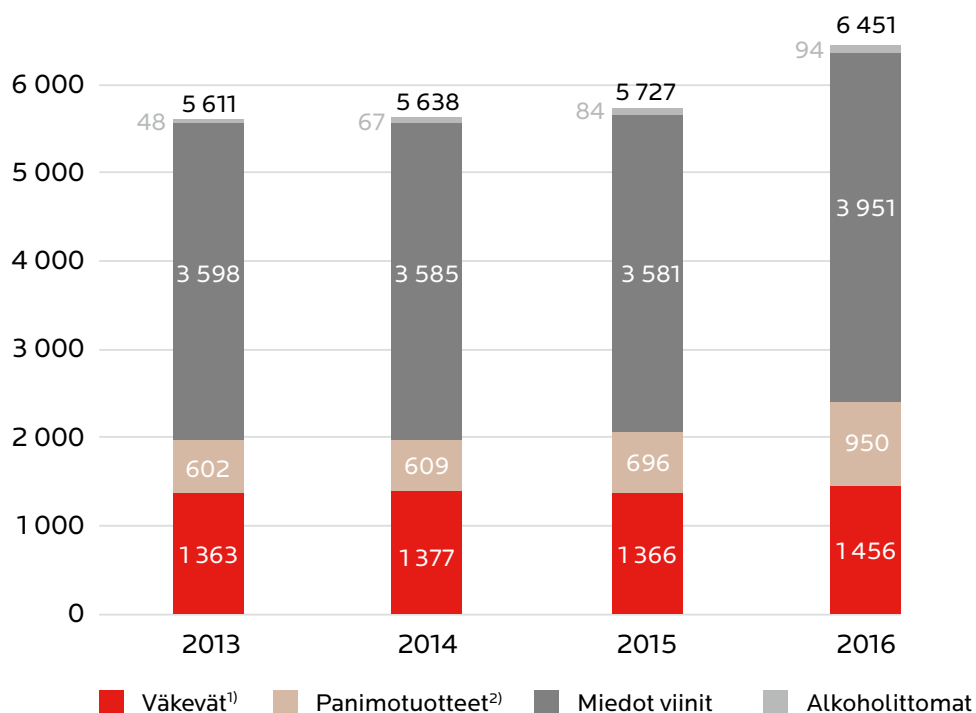


Väkevien alkoholijuomien myynnin lasku tasaantui aikaisemmasta

Väkevien alkoholijuomien myynnin lasku loiveni aiempien vuosien jyrkemmän laskun jälkeen. Niiden kokonaismyynti litroissa laski nyt hieman yli prosentin (pl. väkevät viinit). Vodkien ja viinojen volyymi (13,9 milj. litraa) laski 1,7 prosenttia kun taas muiden väkevien myynti (7,6 milj. litraa) pysyi kutakuinkin samalla tasolla edelliseen vuoteen verrattuna. Väkevien viinien kokonaismyynti laski edelleen, mutta vähemmän kuin edellisvuosina. Vuonna 2016 väkevien viinien lähes kolmen miljoonan litran myynti oli 4 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2015.

Väkevissä alkoholijuomissa myyntiään kasvatti etenkin ginit 11,5 prosentilla ja maustetut viinat 8,7 prosentilla. Myös rommien litramyynti nousi. Erityisesti tummat rommit kävivät kaupaksi ja niitä myytiin 7,7 prosenttia enemmän edellisvuoteen verrattuna.

ALKON MYYMIEN TUOTTEIDEN LUKUMÄÄRÄ TUOTERYHMITTÄIN



1) Vodkat ja viinat, muut väkevät ja väkevät viinit 2) Oluet, siiderit ja longdrink-juomat
Luvuissa mukana kaikki myydyt tuotteet sekä kaikki pullo- ja pakkauskoot

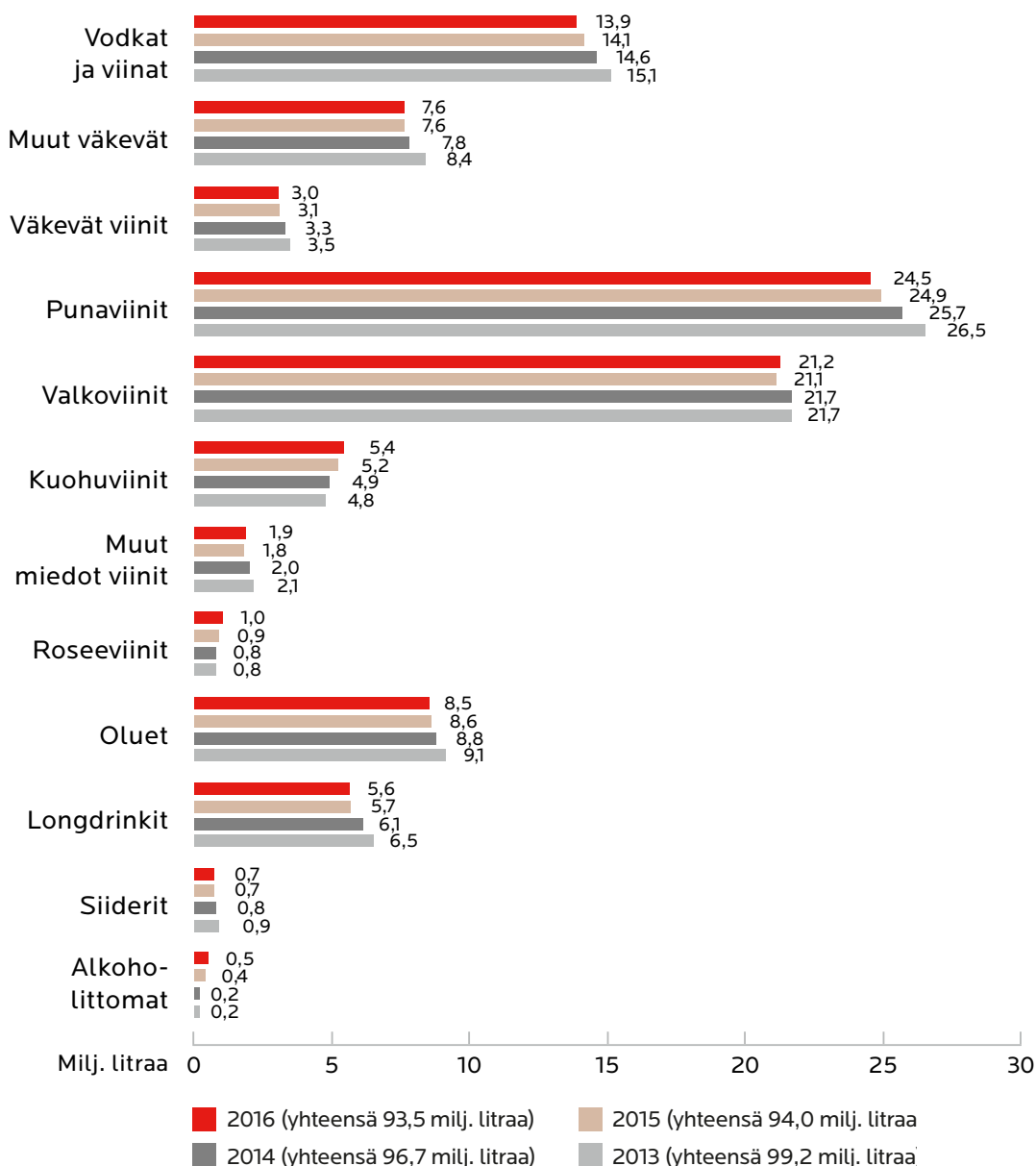
Panimotuotteissa ihastuttavat erikoisuudet

Vuonna 2016 Alko myi 8,5 miljoonaa litraa olutta, joka oli 1,6 prosenttia vähemmän kuin vuonna 2015. Oluiden osuus koko alkoholijuomamyynnistä säilyi noin 9 prosentissa. Eniten asiakkaamme ostivat lager- ja vahva lager-tyyppisiä oluita, jotka edustivat noin 72 prosenttia oluen kokonaismyynnistä. Samanaikaisesti kuitenkin kasvava kiinnostus pienpanimoita kohtaan on näkynyt erikoisoluiden nousevassa suosiossa. Ale-tyyppisten oluiden, stoutien, porttereiden ja oluttyypiltään erikoisuuksiksi luokiteltavien tuotteiden myynti on kasvanut niin kotimaisten panimoiden tarjonnan kuin kansainvälisen craft-trendin siivittämänä. Siiderien myynti pysyi edellisen vuoden tasolla, ja longdrinkien lasku taittui runsaaseen prosenttiin.

Alkoholittomat juomat kiinnostavat edelleen

Alkoholittomien nousukiito vuoden 2015 myynnin kaksinkertaistumisesta on tasaantunut. Yhä tasaisen voimakas kasvu kertoo kuitenkin alkoholittomien tuotteiden jatkuvasta kysynnästä. Vuonna 2016 alkoholittomien tuotteiden myynti kasvoi 26,9 prosenttia. Alkoholittomien tuotteiden valikoimaan on panostettu edelleen ja nyt tuotteita on yhteensä 94.

ALKON MYynti TUOTERYHMITTÄIN (Milj. litraa)



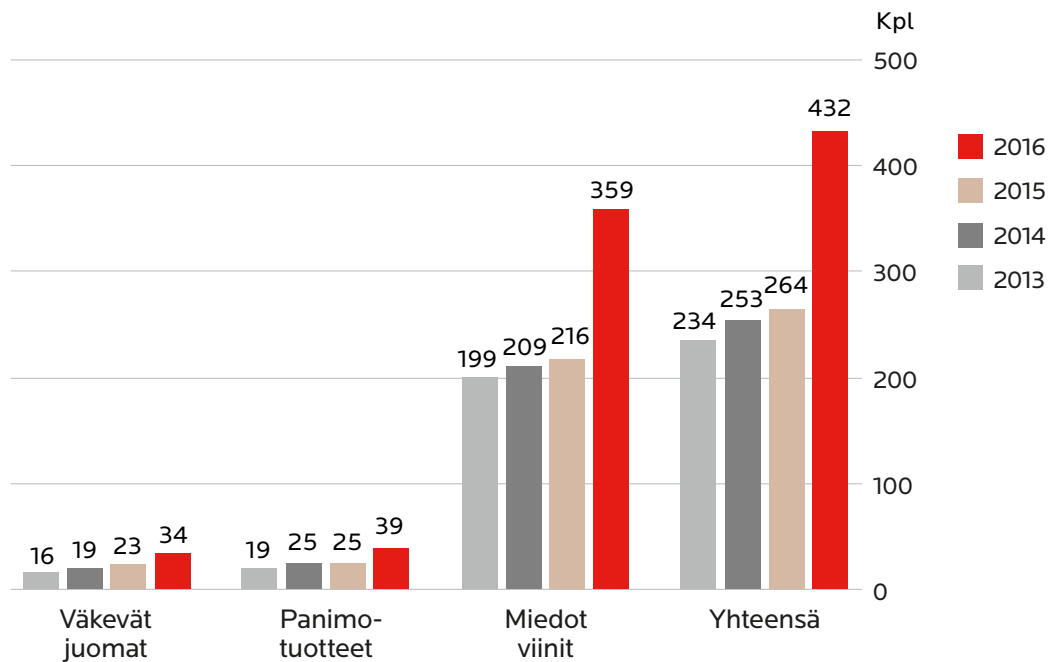
Luomu- ja eettisen kaupan tuotteet nauttivat vahvasta suosiosta

Vuonna 2016 luomutuotteita myytiin Alkossa 5,6 miljoonaa litraa. Kasvu edellisvuoteen nähden on merkittävä (+18,5 %). Valtaosa myydyistä luomutuotteista oli mietoja viinejä. Litramyynnin kasvun myötä luomutuotteiden osuus kokonaisyhteistyöstä nousi prosenttiyksiköllä kuuteen prosenttiin. Luomutuotteita on ollut Alkon valikoimissa vuodesta 1994. Luomualkoholijuomat valmistetaan luonnonmukaisesti viljellyistä raaka-aineista EU:n luomusäätöjen mukaisilla tavoilla. Alkossa myytävät luomutuotteet ovat paikallisten luomujärjestöjen ja viranomaisten sertifioimia.

Eettisen kaupan tuotteita myytiin 1,3 miljoonaa litraa (+6,2 %). Alkon valikoimissa eettisen kaupan tuotteita on ollut vuodesta 2007. Eettinen kauppa perustuu ajatukselle, että viljelijälle ja työntekijälle maksetaan oikeudenmukainen korvaus työstään ja että työolosuhteet ovat asianmukaiset. Kaikki valikoimamme eettisen kaupan tuotteet (esim. Reilu Kauppa ja Fair for Life) ovat saaneet kansainvälisen tuotekohtaisen sertifikaatin.

Alko kehittää myös jatkossa luomu- ja eettisen kaupan tuotteiden valikoimaansa.

LUOMUTUOTTEIDEN MÄÄRÄ KASVAA VUOSI VUODELTA



Vuoden 2016 luvut sisältävät koko Alkon valikoiman (tilausvalikoima ja vakiovalikoima) tuotteet.

Alkoholijuomien kulutus

Vuonna 2016 alkoholijuomien kokonaiskulutus oli THL:n julkaisemien ennakkotietojen mukaan 10,8 litraa 100-prosenttista alkoholia 15 vuotta täyttänyttä asukasta kohti. Alkoholin kokonaiskulutus oli samalla tasolla kuin vuonna 2015. Alkoholijuomien tilastoitu kulutus väheni 0,6 prosenttia, mutta alkoholin tilastoimaton kulutus lisääntyi 3,8 prosenttia. Lähde: Terveystieteiden tutkimuskeskus.

Klassikkoalueet menestyivät monipuolisuudellaan

Vuonna 2016 pitkälle historiaan ulottavat maineikkaat viinintuotantoalueet ovat päässeet nauttimaan ansaitsemastaan valokeilasta. Klassikkoalueekampanjalla Alko on halunnut tutustuttaa asiakkaat laajemmin viinimaailman esikuvii ja vahvistaa vastuullista viinikulttuuria.

Arvostettu Bordeaux, vivahteikkaat Mosel ja Rheingau, aromikas Ribera del Duero sekä monipuolinen Toscana ihastuttivat ympäri vuoden. Klassikoiden eri makumaailmat esittäytyivät laajassa kirjossa ja paljastivat niiden monipuolisen luonteen.



Vallitseva trendi ruoan ja juoman yhdistämisestä korosti entisestään klassikoiden asemaa ruoan kumppanina. Ne todella ovat ruokaviinien aatelialia, mutta toimivat toisaalta myös arjen kohottajina hienostuneella sekä helposti lähestyttävällä otteellaan.

Klassikkoaluenostot osoittautuivat menestykseksi. Klassikkoalueiden tuotevalikoima kasvoi uusilla tuotteilla ja henkilöstö oli palavasti mukana klassikoiden pyörteessä. Alkuvuonna Bordeaux'n alueen tuotteiden volyymi kasvoi yli 33 000 litralla. Loppuvuodesta ilmojen viiletessä yhä useampi valitsi Toscanan aromikirjon ja alueen tuotteiden myynti kasvoi sen mukana. Klassikoiden todellinen monipuolisuus ihastutti asiakkaita ja uudet löydökset rikastuttivat niin arkea kuin juhlaa.

Tuotevalikoiman suunnittelu

Alkon tavoitteena on tarjota asiakkaalleen monipuolinen ja edustava valikoima tuotteita ympäri maailman. Tuotevalikoima perustuu vakiovalikoiman muodostamaan runkoon, jota rikastuttaa runsas määrä kausituotteita, kertaeriä ja tilausvalikoimatuotteita. 353 myymälää palvelee laadukkaalla ja monipuolisella valikoimalla lähellä asiakasta. Alkon yli 5 000 tuotteen valikoima on asiakkaiden saatavilla valtakunnallisesti ympäri vuoden Alkon verkkokaupasta.

Vuonna 2016 Alkon uutuustuotteiden määrä kasvoi 1 855 tuotteeseen

Alkon tuotevalikoima perustuu systemaattiseen suunnitteluun. Valikoimasuunnittelu huipentuu kahdesti vuodessa julkaistavaan ostosuunnitelmaan, jonka kautta uudet tuotteet haetaan valikoimaan. Ostosuunnitelman lisäksi tuotteita haetaan myös kausihauissa ja tarvittaessa muissa lisähauissa.

Tuotehaut sisältävät tarkat kriteerit, joilla tuotteita haetaan. Puolueeton asiantuntijaraati arvioi hakuun osallistuvat tuotteet aistinvaraisesti ja parhaiten menestyneet poimitaan täydentämään Alkon valikoimia. Tuotteita tulee Alkon valikoimaan viikoittain. Ennen lopullista ostopäätöstä tuotteen on vielä läpäistävä Alkoholintarkastuslaboratorion testit, jotka varmistavat tuotteen lainmukaisuuden ja tuoteturvallisuuden. Testit mittaavat myös muita kuluttajille merkittäviä seikkoja, kuten esimerkiksi sokerin määrän tai oluen katkeroainepitoisuuden.

Alkolle tehtiin vuoden 2016 aikana yhteensä 8 889 juomatuotetarjousta, ja myyntiin otettiin 1 855 tuotetta (vakiovalikoimaan 1 090 ja tilausvalikoimaan 765). Lisäksi asiakkaiden toiveesta erikoistilauksena tuotteita toimitettiin 264 tuotetta.

Ostotoiminnan keskeiset periaatteet ovat läpinäkyvyys ja tasapuolisuus kaikkia tuotteita tarjoavia tavarantoimittajia kohtaan. Valmistajat, maahantuoja ja agentit voivat tarjota Alkolle omia tai edustamia tuotteita Alkon verkkosivuilla olevan ostosuunnitelman mukaisesti. Lisäksi he voivat tarjota tuotteita vapaasti tilausvalikoimaan.

Koko maailma lasissasi: tavoitteena 10 000 tuotetta vuoteen 2020 mennessä

Alko kehittää valikoimaansa jatkuvasti. Tavoitteenamme on tarjota 10 000 tuotteen valikoima vuoteen 2020 mennessä. Asiakkaat ovat entistä kokeilunhaluisempia, joten uutuustuotteilla ja valikoiman leveydellä on yhä tärkeämpi merkitys asiakastytyväisyydelle.

Monipuolinen ja edustava vakiovalikoima on tuotevalikoiman perusta. Tuoteosaamisella ja asiantuntemuksella varmistetaan asiakaskysyntää vastaavat, huolella valitut sekä laadukkaat tuotteet ympäri maailman. Päätuotteiden ohella kausituotteet ja kertaerät syventävät valikoimaa ja räätälöivät sen kuhunkin sesonkiin sopivaksi. Lisähauilla pystytään reagoimaan muuttuviin asiakstarpeisiin nopeasti.

Vakiovalikoima on kasvanut tasaisesti. Kausituotteita ja kertaeriä on otettu valikoimaan entistä enemmän: vuonna 2016 niitä tuli valikoimaan yli 40 prosenttia enemmän edelliseen vuoteen verrattuna. Kausituotteita ja kertaeriä tullaan myös tulevaisuudessa lisäämään, jotta voimme vastata yhä kokeilevampien asiakkaiden toiveisiin ja moninaisempiin tarpeisiin.

Tilausvalikoima täydentää vakiovalikoimaa ja tuo runsaasti eri tuotevaihtoehtoja asiakkaan saataville. Nopeutettu tilausvalikoimaprosessi on mahdollistanut tuotteiden listaamisen tilausvalikoimaan entistä ketterämmin. Nyt tilausvalikoimatuotteen listaus on mahdollista jo kahdessa viikossa tarjouksen jättämisestä. Uudistuksen myötä tilausvalikoimatuotteiden määrä kasvoi reilusti loppuvuodesta 2016. Koko vuoden aikana listattujen tilausvalikoimatuotteiden määrä lähes kaksinkertaistui edelliseen vuoteen verrattuna. Vuonna 2016 tilausvali-

koima sisälsi yhteensä 765 uutta tuotetta. Uudistus mahdollistaa tuotteille nopean kanavan asiakkaiden saata-ville ja se tulee kasvattamaan tuotevalikoimaa vahvasti jatkossakin.

Loppuvuonna 2016 avattu verkkokauppa tarjoaa asiakkaille valtakunnallisesti Alkon valikoimien kaikki yli 5 000 tuotetta. Valikoima elää, muuttuu ja kasvaa alituisesti kysynnän ja moninaistuvien asiakastarpeiden mukana.

HALUAMME TARJOTA 10 000 TUOTTEEN VALIKOIMAN 2020 MENNESSÄ.



Vuoden 2016 paras tavarantoimittaja

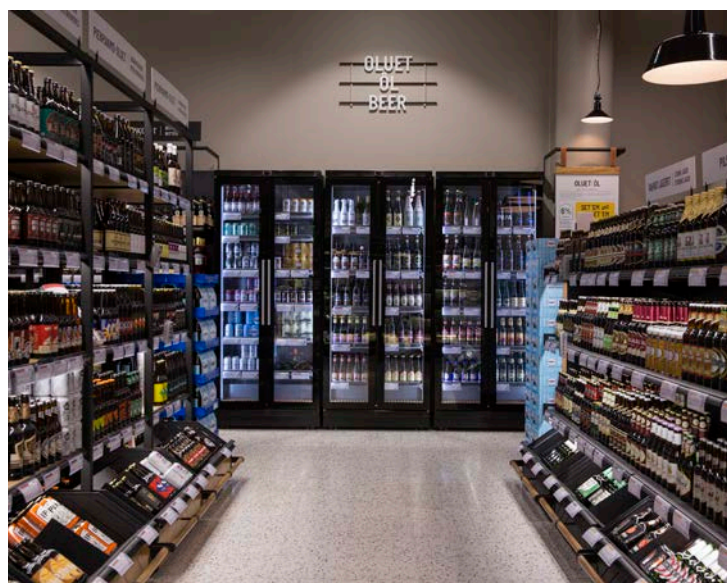
Alko on valinnut vuodesta 2010 lähtien vuoden tavarantoimittajan. Vuoden 2016 parhaaksi tavarantoimittajaksi valittiin toista vuotta peräkkäin Moët Hennessy Suomi Oy. Vertailussa oli mukana 29 asetettua kriteeriä täyttävää suoramyyntijää.

Alkoholittomat ja ns. keskihinnaltaan arvokkaammat tuotteet jatkavat tasaista kasvuaan

Juoma- ja ruokaharrastaminen on vahvassa kasvussa ja samalla kiinnostus keskihinnaltaan yhä arvokkaampiin tuotteisiin nousee. Vuonna 2016 kasvussa olivat edellisten vuosien tapaan myös alkoholittomat ja miedommat alkoholituotteet.

Alkoholittomien juomien myynnin nousukiito vakiintui vuoden 2016 aikana tasaisen vahvasti kasvavaksi kategoriaksi. Valikoimaan listattiin vuonna 2016 yhteensä 27 uutta vakiovalikoiman alkoholitonta tuotetta eri tuoteryhmistä.

Kiinnostus juoman ja ruoan yhdistämiseen ja alkoholin käytön koh-



tuullistamiseen näkyy myös pienten pakkauskokojen kysynnässä. Alko toi vuonna 2016 valikoimaan lisää pienempiä pullokokoja. Erityisesti vakiovalikoiman mietojen viinien 0,375 litran pullokoon uutuuskien määrää kasvatettiin runsaasti. Vuonna 2016 näitä tuotteita listattiin vakiovalikoimaan 17 lisää, mikä on kymmenen tuotetta enemmän kuin edellisenä vuonna. Pienempiä pullokokoja tuotiin lisää myös muihin tuoteryhmiin.

Alkon myymien juomatuotteiden keskihinta nousi edellisvuodesta n. 3,8 prosenttia (21 senttiä). Keskihinnan nousu kielii kiinnostuksesta yhä laadukkaampiin tuotteisiin. Väkevissä juomissa gini-trendi kasvatti kalliimpien tuotteiden myyntiä. Myös laadukkaammat kypsytetyt tisleet, erityisesti tummat rommit ja mallasviskit, ovat alkaneet kiinnostaa entistä enemmän. Panimotuotteissa puolestaan hinnat kalliimmat erikoisolut ovat kasvattaneet kysyntäänsä eniten. Myös viineissä halu panostaa laatuun näkyy keskihinnan nousussa sekä vuoden aikana vahvasti nousseesta kiinnostuksesta klassikkoalueiden laadukkaampiin tuotteisiin.

Tuotelaatu

Alkon Laadunvalvonta varmistaa valikoimassa olevien tuotteiden turvallisuuden yhteistyössä tavarantoimittajien kanssa. Tuotteiden laatu testataan laadunvalvonnassa aistinvaraisesti, jonka lisäksi tukena ovat Alkoholintarkastuslaboratorion tekemät laboratoriotutkimukset. Juoman aistittavan laadun lisäksi Alko huolehtii myös siitä, että tuotteiden pakkausmerkinnät täyttävät lainsäädännön vaatimukset.

Alkon tuotteiden laatua tutkitaan sekä juomien valintavaiheessa että tuotteiden ollessa valikoimassa. Kaikki vakiovalikoimaan tarjottavat tuotteet arvioidaan aistinvaraisesti tuotteiden arviointiin perehtyneessä pruuvi-ryhmässä. Ryhmässä on jäseniä useista pääkonttorin asiantuntijayksiköistä sekä pääkaupunkiseudun myymälöistä. Tarjottujen tuotteiden laatu arvioidaan yksilötyönä arviointitapahtumassa kuvatus asiakastarpeen näkökulmasta. Tarpeeseen parhaiten vastaavien tuotteiden turvallisuus ja lainmukaisuus todennetaan vielä laboratoriotutkimuksin ennen tuotteiden listaamista vakiovalikoimaan. Tuotteet tutkitaan Alkoholintarkastuslaboratoriossa, joka on akkreditoitu laboratorio ja osa Alkoa. Myydylle juomille on määritelty tuoteryhmäkohtaisesti laboratoriossa mitattavat ominaisuudet, joiden perusteella saadaan tuoteturvallisuuden varmistamisen ohella asiakkaille viestittäviä tuotetietoja.

Näytteiden määrä kasvoi viime vuodesta

Vuonna 2016 tavarantoimittajamme lähettivät Alkoon 7 832 juomatarjousnäytettä (7 579). Alkoholintarkastuslaboratoriossa analysoimme kaikkiaan 4300 (4700) näytettä, joista tehtiin 67 000 (63 000) analyysia. Alkon juomänäytteitä näistä oli 3000 (2600) näytettä, joista tehtiin 40 000 (36 000) analyysia. Laboratorion muut asiakkaat olivat kotimaisia ja ulkomaisia alkoholialan toimijoita ja viranomaisia.

Valikoimassamme olevien tuotteiden laatua varmennetaan riskiperusteisen laadunvalvontaohjelman avulla. Erityisesti seurataan tuotteen aistittavaa laatua ja sitä että tuotteen myyntipakkauksen tiedot ovat oikeelliset ja lainsäädännön mukaiset. Esimerkiksi vakiovalikoimassa olevien viinien vuosikerran vaihtuessa tuotteen laatu testataan sekä aistinvaraisesti että laboratorioanalyysin avulla. Samalla kun tuote maistetaan, päivitetään myös asiakkaalle annettava makukuvaus ja tuotteen makutyyppi vastaamaan uutta vuosikertaa.

Tuotelaadun seurannassa asiakkailta saatava palaute on ensiarvoisen tärkeää. Jokainen asiakkaan tekemä tuotteen palautus rekisteröity järjestelmään, josta tieto poikkeavan suuresta virheellisten tuotteiden määrästä saatiin vuonna 2016 välittymään suoraan tavarantoimittajillemme. Tavarantoimittajien tuotteiden ja toiminnan laatua seurataan myös Paras toimittaja -mittauksen avulla. Vuonna 2016 parhaaksi juomatoimittajaksemme valittiin Moët Hennessy Suomi. Hyvä yhteistyö tavarantoimittajien sekä muiden pohjoismaisten monopolien kanssa varmistaa, että saamme tiedon tuotelaadun kannalta merkityksellisistä asioista.

Tuotepalautuksista valtaosa viinejä

Asiakkaiden tekemien tuotepalautusten määrä jatkoi laskuaan. Palautuksista 88 prosenttia oli mietoja viinejä. Vuonna 2016 asiakkaiden virheellisiksi kokemia tuotteita palautui myymälöihin 14 111 kappaletta (14 428). Myytyjen tuotteiden määrään nähden palautuneiden tuotteiden määrä on vähäinen. Eniten asiakkaamme palauttavat luonnonkorkilla suljettuja punaviinejä, joita palautuu keskimäärin noin yksi pullo kolmeatuhatta myytyä tuotetta kohden. Tavallisin tuotteessa havaittu virhe on ns. korkkiaromi, joka on asiakkaan tekemän ilmoituksen mukaan syynä 35 prosentissa tuotepalautuksista.

Virheellisiä tuote-eriä havaittiin 71 kappaletta. Ainoastaan yksi tuote jouduttiin laadullisista syistä poistamaan valikoimastamme, koska tavarantoimittaja ei useasta yrityksestä huolimatta pystynyt toimittamaan virheetöntä tuotetta myyntiin. Kyseisestä tuotteesta mitattiin lainsäädäntöön nähden liian korkea pitoisuus rikkidioksidia. Tuotetta ei päätyntä asiakkaille ennen virheen havaitsemista. Tyypillisesti muut havaitut tuotevirheet olivat puutteita tuotteiden pakkausmerkinnöissä tai kuluttajalle vaarattomia tuotteen aromipoikkeamia.



VASTUULLINEN LIIKETOIMINTA

Vastuullisuuden johtaminen

Alko haluaa olla vastuullinen, aktiivinen vaikuttaja yhteiskunnassa. Yhteiskunnallisen keskustelun lisäksi Alko seuraa viimeisintä tutkimusta, ympäristö- ja sosiaalisen vastuun kehitystä sekä edelläkävijäkuluttajien luomia ja vahvistamia trendejä.

Ensimmäinen vastuullisuusstrategiaan vahvasti vaikuttava trendi on oman terveyden ja hyvinvoinnin arvostus ja terveyden reaaliaikainen seuranta teknologian avulla. Trendi myös sivuaa vahvasti Alkon liiketoiminnan vastuullisuutta ja yhteiskunnallista tehtävää. Varsinkin nuoret aikuiset hakevat jatkuvasti uusia ja parempia tapoja huolehtia omasta terveydestään niin ruokavalion, liikunnan, työnteon kuin muidenkin elintapojensa avulla.

Kuluttajien huoli luonnon tilasta, sen monimuotoisuuden vähenemisestä ja ilmastonmuutoksesta on yhä voimistunut ja näiden kaikkien kytkökset muun muassa maatalouden käytäntöihin ymmärretään yhä paremmin. Alkoholijuomatuottajat seuraavat entistä holistisemmin, miten heidän valitsemansa viljelymenetelmät vaikuttavat ympäristöolosuhteisiin viljelyksillä ja myös niiden välittömässä läheisyydessä. Paikallisiin kriittisen tärkeisiin olosuhteisiin sisältyy myös vesitalous. Huoli veden puhtaudesta ja sen riittävydestä sekä viljelyyn, että ympäröivän yhteisön tarpeisiin kasvaa. Molemmat huolenaiheet sisältävät vahvat riippuvuussuhteet ilmastomuutokseen, jonka ymmärtäminen ja vastustaminen – tai väistämättä, myös siihen sopeutuminen – nousivat vuoden 2016 aikana lopullisesti pysyväksi puheenaiheeksi myös juomatoimialan sisällä.

Tuotteiden taustat läpinäkyviksi

Kolmas keskeinen kuluttajatrendi on ajatus ”syyllisyydestä vapaasta” kuluttamisesta. Kun Alko tekee valikoimaansa ostopäätöksiä, se haluaa tuntea tuotanto-olosuhteet ja luottaa siihen, että tuotteen taustalta ei löydy sen enempää ympäristöhaittoja kuin epäeettisiä käytäntöjäkään. Nykykuluttajat odottavat yritysten toimivan vastuullisesti, avoimesti ja läpinäkyvästi. Sosiaalisen median myötä tieto kulkee maailman laidalta toiselle sekunneissa. Kuluttaja olettaa, että halutessaan hän voi selvittää minkä tahansa yrityksen ja tuotteen taustoja. Jos tietoa ei löydy tai yritys vaikuttaa haluttomalta avoimeen viestintään, kuluttaja-aktivistit herkästi ja yleensä myös hyvin nopeasti tuovat kysymyksen toimintatapojen eettisyydestä mahdollisimman näkyvästi julkiseen keskusteluun.

Alkon visio on, että asiakkaat mieltävät vastuullisuuden tärkeäksi laatutekijäksi ja yhtiön oleelliseksi vahvuudeksi. Alko haluaa, että verkko- ja kivijalkamyymälät ovat kuluttajille luotetuimpia asiointipaikkoja.

Jotta tämä toteutuisi, Alko on nostanut tavoitetasoaan kaikilla vastuullisuusohjelman osa-alueilla. Alko etsii innovatiivisia lisäarvoa tuovia ratkaisuja myös alkoholipoliittisen vastuun alueella. Alkoholitutkimuksen ja -lääketieteen sekä esimerkiksi mobiiliteknologian asiantuntemuksen yhteen tuomisella voidaan löytää uusia tapoja hallita alkoholinkäytön haittavaikutuksia yksilötasolla. Alkon tavoitteena on vähintään yhden uudenlaisen ratkaisun aikaansaaminen vuosittain.

Myyväläverkoston energiankulutus alas

Alkon ympäristöstrategia vuoteen 2020 mennessä jakautuu kahteen päätavoitteeseen, joille määritettiin numeeriset mittarit alkuvuonna 2017. Ensimmäinen tavoite on vähentää myymäläverkoston energiankulutusta. Toinen tavoite on tuoda asiakkaiden saataville kasvava valikoima tuotteita, joiden tuottaminen vaikuttaa ympäristöön positiivisella tavalla verrattuna totuttuihin tuotantotapoihin ja olosuhteisiin; on vaikutus sitten esim. pienempi veden kulutus, uusiutuvan energian käyttö tai luonnonmukainen tuotantotapa. Päämääränä on, että tämä strategiassa työnimen 'EcoLabel' saanut valikoima muodostaa vuoteen 2020 mennessä merkittävän osan tuotteista.

Pohjoismaisten alkoholimonopoliin yhteinen hankintojen sosiaalisen vastuun tavoite on, että vuoteen 2020 mennessä kaikki BSCI-auditoidut ns. riskimaatuottajat saavat vähintään tuloksen C (”hyväksyttävä”, asteikolla A-E).

Vastuullisuusohjelmaa johdetaan neljän osa-alueen kautta:

- Alkoholihaittojen vähentäminen
- Vastuullisuustoimenpiteet läpi asiakaspolun
- Edelläkävijä tuotteiden ja hankintaketjun vastuullisuudessa
- Vaikuttava ja läpinäkyvä asiakas- ja sidosryhmäviestintä.

Sidosryhmätyöllä vaikuttavuutta

Alkon sidosryhmiin kuuluvat asiakkaiden, työntekijöiden, valtionhallinnon ja tavarantoimittajien lisäksi joukko toimijoita, joiden kanssa yhteistyössä toimien Alko pystyy vaikuttamaan tehokkaammin kuin yksin. Alkoholin myynnin vastuullisuudessa ja alkoholihaittojen vähentämisessä yhteistyökumppaneita ovat muun muassa A-klinikkasäätiö, Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Suomen Vanhempainliitto, EHYT ry, Terveystieteiden tutkimuskeskus THL ja Työterveyslaitos.

Vuoden aikana Alko työskenteli myös Reilu Kauppa ry:n kanssa vahvistaakseen hankintaketjun sosiaaliseen vastuullisuuteen liittyviä viestejä. Tavarantoimittajatilaisuudessa lokakuussa tarjottiin annos luomutietoa tuomalla puhujaksi ProLuomu ry:n luomutuotantoasiantuntija.

Vastuullisen hankinnan kehittämisessä toimintatapoja koordinoidaan muiden Pohjoismaisten alkoholimonopolioiden kanssa ja toisaalta tiivistä yhteistyötä tehdään myös Alkon omien tavarantoimittajien kanssa. Nämä kaksi sidosryhmää ovat oleellisia myös Alkon ympäristötyön kannalta.

Yhteiskuntavastuun johtaminen

Yhteiskuntavastuun johtaminen on organisoitu seuraavasti: vastuullisuuden ohjausryhmä käsittelee yhtiön vastuullisuusasioita koskevat kehitysprojektit ja -toimenpiteet. Ohjausryhmän puheenjohtajana toimii viestintäjohtaja, joka raportoi tehdyistä toimenpiteistä ja tavoitteiden saavuttamisesta yhtiön johtoryhmälle ja hallitukselle.

Hallituksen alkoholipoliittinen valiokunta valmistelee hallitukselle esiteltävät alkoholipoliittisen vastuullisuuden asiat. Hallintoneuvosto hyväksyy vuosittain yhtiön alkoholipoliittisen ohjelman. Vastuullisuuden teemat korostavat vastuun merkitystä jokaisen alkolaisen arkityössä. Arjen vastuullisuusteot näkyvät Alkon sidosryhmille ja siten vaikuttavat asiakaskokemukseen. Operatiivisesta johtamisesta, myös vastuullisuusasioissa, vastaa kunkin liiketoimintayksikön ja tukitoiminnon vetäjä.



Päämääränä on, että tämä strategiassa työnimen 'EcoLabel' saanut valikoima muodostaa vuoteen 2020 mennessä merkittävän osan tuotteista.

Sidosryhmät ja olennaisuus

Alkon keskeisiä sidosryhmiä ovat asiakkaat, henkilöstö, tavarantoimittajat, media, viranomaiset ja poliittiset päättäjät.

Jatkuvaa vuoropuhelua sidosryhmien kanssa

Alkon keskeisiä sidosryhmiä ovat asiakkaat, henkilöstö, tavarantoimittajat, media, viranomaiset ja poliittiset päättäjät. Yhtiö käy jatkuvaa vuoropuhelua sidosryhmien kanssa ja selvittää niiden odotuksia erilaisilla tutkimuksilla. Alkolle tärkeiden ryhmien näkemyksiä kuullaan herkillä korvalla päivittäisistä asiakaskohtaamisista tavarantoimittajatutkimuksiin. Odotukset otetaan huomioon liike- ja vastuullisuustoiminnan kehittämisessä. Yhden merkittävimmistä palautteista Alko sai vuonna 2016 TNS Gallupin Yritysten Maine ja Vastuullisuus -tutkimuksesta, jossa Alko arvioitiin maineeltaan ja vastuullisuudeltaan Suomen parhaaksi vähittäiskaupaksi.

Keskeisten sidosryhmien lisäksi on joukko toimijoita, joiden kanssa yhteistyössä toimien Alko pystyy vaikuttamaan tehokkaammin kuin yksin. Alkoholin myynnin vastuullisuudessa ja alkoholihaittojen vähentämisessä yhteistyökumppaneita ovat muun muassa A-klinikkasäätiö, Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Suomen Vanhempainliitto, EHYT ry, Terveyden ja hyvinvoinnin laitos THL ja Työterveyslaitos.

Vastuullisen hankinnan kehittämisessä parhaita toimintamalleja luodaan yhdessä muiden Pohjoismaisten alkoholimonopolioiden kanssa ja toisaalta tiivistä yhteistyötä tehdään myös Alkon omien tavarantoimittajien kanssa. Nämä kaksi sidosryhmää ovat keskeisiä myös Alkon ympäristötyön vaikuttavuuden kannalta.

Olennaisuus

Alko seuraa aktiivisesti toimintaympäristössään tapahtuvia muutoksia. Sidosryhmien odotukset ohjaavat liiketoimintamme kehittämistä. Viime vuosina odotukset Alkon toimintaa kohtaan ovat edelleen kasvaneet. Tässä esitetyt olennaisuudet on määriteltävä käytettävissä olevan tutkimustiedon, julkisessa keskustelussa esille nousseiden teemojen sekä sidosryhmien kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta. Vuonna 2017 Alko toteuttaa jälleen sidosryhmätutkimuksen.

OLENNAISUUSMATRIISI 2016



Alkoholihaittojen ehkäisy

Alkoholi ei ole ainoastaan yksilön asia, vaan alkoholihaitat koskevat koko yhteiskuntaa. Alko tekee työtä alkoholihaittojen vähentämiseksi monin eri tavoin.

Haittojen ehkäisy on Alkon perustehtävä

Alkoholi ei ole tavanomainen hyödyke, vaan laillinen päihde, joka voi aiheuttaa voimakasta psyykkistä ja fyysistä riippuvuutta. Runsaaseen ja pitkäaikaiseen alkoholinkäyttöön liittyy paljon terveydellisiä ja sosiaalisia ongelmia. Juominen varjostaa usein myös alkoholia väärin käyttävän läheisten, erityisesti lasten ja nuorten, elämää.

Alkoholin aiheuttamat taloudelliset vaikutukset ovat merkittäviä - vuositasolla yhteiskunnalle aiheutuu arviolta kahden miljardin euron edestä kustannuksia. Ne syntyvät välillisistä kustannuksista, kuten tuotanto- ja työpaanosmenetyksistä, sekä alkoholin käytön välittömistä kustannuksista, kuten järjestyksenpidosta, sosiaalihuollosta sekä erikoissairaanhoidon ja perusterveydenhuollon kustannuksista.

Alkoholin kokonaiskulutus ja alkoholihaitat kulkevat käsi kädessä: mitä enemmän alkoholia juodaan, sitä suurempi määrä haittoja aiheutuu. Tutkimustiedon mukaan alkoholijuomien saatavuuden rajoittaminen ja korkea verotus ovat tehokkaimmat keinot alkoholinkulutuksen hillitsemiseksi. Alkoholipolitiikan tavoitteena onkin alkoholin käytöstä aiheutuvien haittojen ehkäisy sekä alkoholin kulutuksen hillitseminen. (Lähde: Terveystieteiden tutkimuskeskus)

Kohtuullisen alkoholinkäytön puolesta

Alko on valtion kokonaan omistama osakeyhtiö, jonka tehtävänä on huolehtia sille alkoholilaissa yksinoikeudeksi säädetystä alkoholijuomien vähittäismyyntin harjoittamisesta. Alkon toiminta perustuu sosiaali- ja terveyspoliittisiin tavoitteisiin vähentää alkoholin kulutuksen haittavaikutuksia. Alkoholipolitiikalla tarkoitetaan julkisen vallan toimia, joilla ehkäistään alkoholista aiheutuvia sosiaalisia, terveydellisiä ja yhteiskunnallisia haittoja. Alko ei määrittele alkoholipolitiikkaa, vaan se on yksi alkoholipolitiikan välineistä haittojen torjunnassa.

Alko tekee työtä alkoholihaittojen vähentämiseksi monin eri tavoin. Edistämme alkoholin kohtuukäyttöä, sekä vastuullista ruoka- ja juomakulttuuria. Emme mainosta myymiämme tuotteita, emmekä harjoita myynninedistämistoimintaa. Tuotevalikoimassamme on alkoholittomia ja matala-alkoholisia tuotteita, sekä pieniä pakkauskokoja. Uusia myymälöitä perustetaan maltillisesti, naapuruston toiveet huomioiden. Asiantunteva henkilökuntamme varmistaa, ettei alkoholia myydä alaikäisille, selvästi päihtyneille ja ettei sitä joudu välitykseen. Seuraamme ikärajavalvonnan toteutumista säännöllisesti kassarekisteröinneillä, sekä Mystery shopping -tutkimuksilla.

AKTIIVINEN VAIKUTTAJA YHTEISKUNNASSA - VASTUULLISUUDEN SUUNNANNÄYTTÄJÄ

VAHVA JA JATKUVA ALKOHOLIPOLIITTISEN VASTUUN VIESTINTÄ

KULUTTAJA

- Saatavuus (myymälöiden lukumäärä ja aukioloajat, verkkokaupan tuotteiden nouto myymälöistä ja noutopisteistä) ja hinnoittelu
- Alkoholiittomat ja matala-alkoholiset tuotteet, pienet pakkauskoot
- Vastuullinen asiakaspalvelu: myynninvalvonta, asiointikieltosopimus, tuotteiden esillepano
- Alkoholi ja terveys -viestintä
- Ei myynninedistämis-toimenpiteitä
- Ruoka- ja juomakulttuurin edistäminen

YHTEISKUNTA

Alkoholi ja elämäntapa

- Lasten seurassa -ohjelma
- Selvästi hyvää työtä -ohjelma

Muut yhteistyöhankkeet

- Suomen Olympiakomitea, Vuoden Sinettiseura (nuoret), Vuoden Urheiluseura (aikuiset) ja Voimisteluliitto
- Hgin Nuorkauppakamari: Vuoden poliisi
- Nuorten akatemia: Mahis
- Tutkimusyhteistyö: ITLA, Helsingin yliopisto, Alkoholitutkimussäätiö

Myynninvalvonta osa vastuullisuutta

Myynninvalvonta on keskeinen osa Alkon vastuullisuutta. Se on myös tärkeä osa myymälöiden laadukasta ja ystävällistä asiakaspalvelua. Ikärajavalvonnan lisäksi varmistamme, ettei alkoholijuomia myydä päihtyneille, häiritsevästi käyttäytyville eikä myöskään, jos epäilemme alkoholia menevän välitykseen joko alaikäiselle tai päihtyneelle.

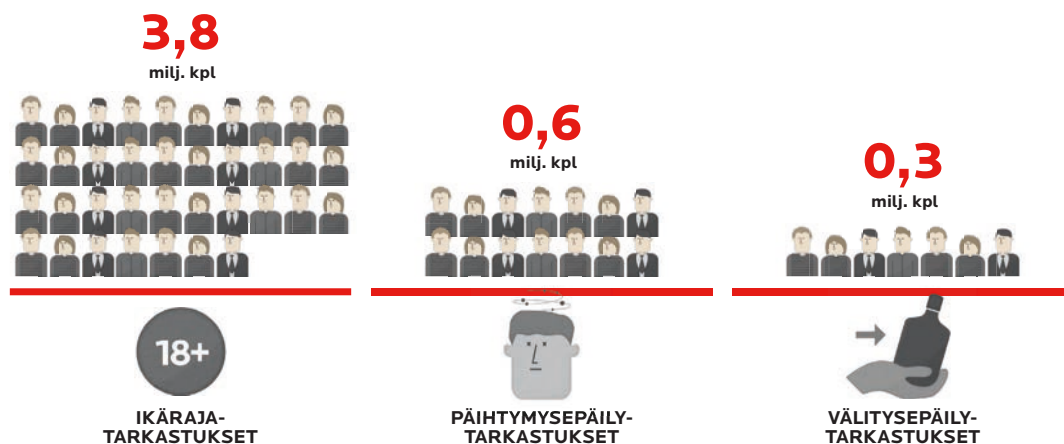
Alkoholijuomien myynninvalvonnasta säädetään alkoholilaissa. Alkon oma valvontasäännöt perustuvat alkoholilakiin ja -asetukseen sekä Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valviran antamiin oma valvontaohjeisiin.

Mittaamme onnistumistamme

Jokainen Alkossa aloittava työntekijä perehdytetään ikäraja-, päihtymys- ja välittämisepäilyvalvontaan. Perehdytyksen jälkeen suoritetaan myynninvalvonnan koe, joka täytyy läpäistä ennen ensimmäistä kassavuoroa. Myynninvalvonnan osaaminen kehittyy parhaiten työssä oppimisen kautta.

Alko seuraa myynninvalvonnan toteutumista kassarekisteröinneillä. Vuonna 2016 ikärajoja tarkistettiin yli 3,8 miljoonaa kertaa, välittämisepäilytarkistuksia tehtiin yli 345 tuhatta ja päihtymysepäilytarkistuksia yli 635 tuhatta kertaa.

VASTUULLINEN ASIAKASPALVELU



Ikärajavalvonnan onnistumista mitataan Mystery shopping -havainnointitutkimuksella. Vuonna 2016 kaikkiin Alkon myymälöihin tehtiin kolme asiointikertaa, yhteensä 1 059 asiointia. Mystery shopping -tutkimuksessa 91 prosentilta asioijista ikä tarkistettiin – yhdeksältä prosentilta sitä ei tarkistettu.

Uusia apuvälineitä myymälöiden tueksi

Vuodesta 2017 alkaen tarkistamme henkilöllisyyden kaikilta alle 30-vuotiaalta vaikuttavilta henkilöiltä. Tavoitteenamme on nostaa ikärajavalvonnan Mystery – onnistumisten tasoa nykyisestä 91 prosentista 95 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Päivitämme myös sisäisen myynninvalvonnan koulutusmateriaalin vastaamaan nykyhetken tarpeisiin. Koko henkilökunta suorittaa uudistetun verkkokoulutuksen vuoden 2017 aikana. Kehitämme myös uusia apuvälineitä myymälätöiden haasteellisiin tilanteisiin, erityisesti ikääntyneiden ja muistisairaiden, asiakkaiden kohtaamisen tueksi. Toteutamme vuonna 2017 aikaisemman kolmen mysterykäynnin sijasta neljä käyntiä jokaiseen myymälään, sekä lisäksi pilottikäyntejä Alkon noutopisteisiin.

Tuemme ikärajavalvonnan hoitamista myymälöissä asiakasviestinnällä, erityisesti keväällä koulujen päättyessä, sekä syksyllä lukuvuoden käynnistyessä. Keskitymme vuonna 2017 erityisesti alkoholin välittämisen ehkäisyyn liittyviin teemoihin. Ylivoimaisesti suosituin tapa hankkia alkoholia on kavereiden tai sisarusten avulla. Kampanjan avulla tarjoamme tietoa ja keinoja välittämisestä kieltäytymiseen.

Yhteistyötä haittojen ehkäisemiseksi

Alkolla on lukuisia kumppaneita ja hankkeita, joiden kanssa se tekee yhdessä työtä alkoholihaittojen vähentämiseksi. Hankkeet ovat luonteeltaan erilaisia, mutta kaikkia niitä yhdistää teema alkoholihaittojen vähentämisestä tavalla tai toisella.

Fragile-teatteriesitys Lasten seurassa -ohjelman kärkihanke

Lasten seurassa on Alkon vastuullisuusohjelma, jonka tavoitteena on ehkäistä ja vähentää lapsiin kohdistuvia haittoja, jotka johtuvat aikuisten alkoholinkäytöstä. Se haastaa pohtimaan, miten vanhempien ja aikuisten kotuullinenkin alkoholinkäyttö vaikuttaa lasten elämään. Ohjelmassa ovat mukana A-klinikkasäätiö, Mannerheimin Lastensuojeluliitto, Suomen Vanhempainliitto ja Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. Ohjelmalla on asiantuntijaryhmä, jossa on yhteistyötahojen lisäksi edustaja Sosiaali- ja terveysministeriöstä.

Eri alojen taiteilijoista koostuvan työryhmän yhteistyönä syntynyt Fragile särkyvää -teatteriesitys oli Lasten seurassa -hankkeen kärkihanke vuonna 2016. Se kertoo nuoren näkökulmasta, miten haitallinen alkoholinkäyttö vaikuttaa perheeseen. Esityksen pääsanomana on se, ettei kenenkään tarvitse jäädä yksin eikä asioista tarvitse vaieta. Teatteriesityksen ensi-ilta oli toukokuussa 2016 Kansallisteatterissa, syksyllä esitykset jatkuivat myös Oulun, Turun ja Kajaanin kaupunginteattereissa. Yleisöesitysten lisäksi kutsuttiin päiväesityksiin yläkoulujen, lukioden ja ammattioppilaitosten opiskelijoita ja opettajia. Fragile-särkyvää esityksestä koostettu pienimuotoisempi esitysversio, MiniFragile, vieraili alkusyksystä Kainuussa ja pääkaupunkiseudulla eri kouluissa ja kahdessa lastensuojeluyksikössä. Fragile-työryhmä tarjosi mahdollisuuden esitysten jälkeisiin keskustelutilaisuuksiin, joissa oli mukana paikallisia Lasten seurassa -ohjelman toimijoita.

Selvästi hyvää työtä -ohjelmassa keskustellaan työelämän alkoholihaitoista

Alkon Selvästi hyvää työtä -ohjelma käynnistyi 2015. Siinä toimii Suomen johtavia työhyvinvoinnin tunteijoita: A-klinikkasäätiö, EHYT ry, KELA, Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Työterveyslaitos ja Työturvallisuuskeskus.

Yhteistyön tavoitteena on herättää keskustelua alkoholihaitoista työelämässä ja tuottaa kumppanien kanssa uutta tietoa aiheesta. Tavoitteena on yhdistää toimijoilla jo nyt käytössä olevia työkaluja yhteiseksi työkalupakiksi.

Selvästi hyvää työtä -ohjelmasta muodostettiin Alkossa projekti, joka käynnistyi vuoden 2016 alussa. Projektin tavoite on osallistaa kaikkia alkolaisia ja tehdä se hallitusti ottamalla mukaan niin esimiehiä ja koko henkilöstöä.

FASD-päivä 9.9.2016

Syyskuun 9. päivänä 2016 Alko osallistui toistamiseen kansainväliseen FASD-päivään avaamalla myymälät klo 9.09. Kampanjassa toimi asiantuntijana Kehitysvammaliitto.

Lapsen kehityshäiriöt, jotka aiheutuvat äidin raskauden aikaisesta alkoholinkäytöstä, voisivat olla täysin vältettävissä. Alkoholista ei siis kannata käyttää lainkaan raskausaikana, koska alkoholin käytön turvallista rajaa ei tunneta.

Viestimme asiakkaille FASD-päivästä verkossa, josta ohjasimme heidät lisätiedon saamiseksi yhteistyökumppanimme Kehitysvammaliiton sivuille. Kerroimme asiasta myös julistein myymälöiden ulkopuolella.

Mahis – työtä nuorten hyväksi

Nuorten Akatemian vuodesta 1998 alkaen organisoima, Alkon tukema Mahis-toiminta tähtää nuorten syrjäytymisen ennaltaehkäisyyn tarjoamalla haavoittuvassa elämäntilanteessa oleville nuorille mahdollisuuden innostavaan ja kiinnostavaan vapaa-ajan toimintaan.

Koulutetun Mahis-ohjaajan luotsaamissa Mahis-ryhmissä nuoret saavat yhdessä ideoidun ja toteutetun toiminnan kautta vahvistusta elämän haltuunottoon. Yhteisissä projekteissa nuoret harjoittelevat itsetuntemusta, oman itsen ja toisten hyväksymistä, sitoutumista, vastuunottoa, sosiaalisia taitoja, ongelmanratkaisua sekä monenlaisia arkipäivän taitoja. Monelle nuorelle Mahis-ryhmä on ollut ensimmäinen kannustava yhteisökokemus, joka on ohjannut elämää positiiviseen suuntaan. Alkon ja Nuorten Akatemian tukemina projekteina Mahis-ryhmät ovat viime vuoden aikana toteuttaneet esimerkiksi haastatteludokumentin, lyhytelokuvan, taidetapahtuman, ravintolapäivän, voimauttavan valokuvauksen sekä lukuisia harrastuskokeiluja, retkiä, kerhoja ja tapahtumia.

Alko tukee alkoholitutkimusta

Alko tukee myös tutkimusta ja opetusta. Pitkäaikaisin tuen saaja on Alkoholitutkimussäätiö sekä tutkimustuloksia ja päihdealan artikkeleja julkaisevaa Yhteiskuntapolitiikka-lehteä. Alko tukee myös Helsingin yliopiston päihdelääketieteen apulaisprofessuuria.

Alko tukee suomalaista urheiluseuratoimintaa yhdessä Suomen Olympiakomitean kanssa

Alko jakaa vuosittain Kasvata urheilijaksi -stipendin sinettiseuralle, joka on edistänyt esimerkiksi nuorten urheilijoiden kokonaisvaltaista elämänhallintaa. Suomen Olympiakomitean ja Alkon yhteistyön tavoitteena on lisätä ohjaajien, valmentajien sekä lasten vanhempien tietoutta terveellisten elämäntapojen edistämiseksi sekä tukea urheilua harrastavien lasten ja nuorten päihteettömyyttä. Vuonna 2016 stipendi myönnettiin Pieksän Kuuteille.

Nuorisoliikunnan tukemisen lisäksi Alko lahjoittaa vuosittain 10 000 euron stipendin urheiluseuralle, joka edistää samoja tavoitteita aikuisliikunnassa ja -urheilussa. Stipendi jaetaan kerran vuodessa järjestettävässä Urheilugaalassa Vuoden urheiluseuraksi valitulle seuralle. Vuoden 2016 urheiluseuraksi valittiin Maaselän Latu.

Hannu Kankaasta Vuoden poliisi

Alko on yksi pitkäaikaisimmista Vuoden poliisi -kunniamaininnan yhteistyökumppaneista. Vuoden poliisin valinnan tekevät yhteistyössä Helsingin Nuorkauppakamari, Suomen Poliisijärjestöjen Liitto sekä Poliisihallitus.

Vuonna 2016 Vuoden poliisiksi valittiin rikosylikonstaapeli Hannu Kangas Länsi-Uudenmaan poliisilaitokselta. Kirkkonummen poliisiaseman perustutkinnassa ryhmänjohtajana työskentelevä Kangas tekee poliisin perustyötä, päivittäisrikosten tutkintaa. Valinnalla haluttiin poliisin 200-vuotisjuhlavuotena korostaa peruspoliisityön suurta arvoa koko poliisitoiminnalle.

Sata lasissa – Varttuminen suomalaisessa alkoholikulttuurissa

Osana Lasten seurassa -ohjelmaa Alko on tukenut Sata lasissa -hanketta, jonka tavoitteena on selvittää alkoholinkäytön ylisukupolvisuutta. Alkoholinkäytön heijastusvaikutukset eivät vaikuta vain alkoholinkäyttöön, vaan terveys, työllisyys, toimeentulo ja koulutus jäävät tyypillisesti heikommaksi alkoholiongelmaisessa perheessä kolmannessakin polvessa. Sata lasissa -hanke on osa ITLAn Lapset, nuoret ja perheet satavuotiaassa Suomessa -tutkimus- ja vaikuttamisohjelmaa. Ohjelman pyrkii löytämään keinoja, joilla edistää lasten tasavertaisia elinoloja.

Vuonna 2016 Sata lasissa -hankkeessa julkaistiin Sukupolvien sillat – kasvamisen karikat -kirja, joka käsittelee kasvamista ja kasvattamista suomalaisessa alkoholikulttuurissa. Kirjassa keskitytään vanhempien ja lasten vuorovaikutuksen myönteisiin piirteisiin sekä tarkastellaan asioita tulevaisuuden ja hyvän elämän näkökulmasta. Kirjan tavoitteena on edistää avointa keskustelua vaikeasta aiheesta niin perheissä kuin nuorten kanssa toimivien ammattilaisten kesken.



Vuodesta 2017 alkaen Alkossa tarkistetaan henkilöllisyys kaikilta alle 30-vuotiaalta vaikuttavilta henkilöiltä.



Monelle nuorelle Mahis-ryhmä on ollut ensimmäinen kannustava yhteisökokemus, joka on ohjannut elämää positiiviseen suuntaan.

Selvästi hyvää työtä – yhteistyöllä kohti parempaa alkoholihaittojen hallintaa työelämässä

Vuonna 2015 aloitetun Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelman päämääränä on herättää keskustelua työelämän alkoholihaitoista ja tuottaa kumppanien kanssa uutta tietoa aiheesta. Tavoitteena on yhdistää toimijoilla jo nyt käytössä olevia työkaluja yhteiseksi työkalupakiksi sekä levittää parhaita käytäntöjä yrityksiin.

Ohjelman toimijoina ovat A-klinikkasäätiö, EHYT ry, KELA, Työterveyslaitos, Terveyden ja hyvinvoinnin laitos, Työturvallisuuskeskus ja Alko.

Alkossa on pitkään tehty työtä päihdehaittojen ehkäisemiseksi. Osana Työelämä ja alkoholihaitat -hanketta tutkittiin alkolaisten tietopohjaa ja mielipiteitä päihdeaiheisella kyselytutkimuksella. Kyselytulosten pohjalta nousseita teemoja käsiteltiin Alkon sisäisissä tilaisuuksissa ja arjen kohtaamisissa. Uudenlaisessa yhteisöllisessä muutosjohtamisen välineessä, MyAlko-pelissä, on myös yksi teemaan liittyvä tehtävä - työtoverin päihdeongelmaan reagoiminen. Peliä pelasi vuoden 2016 aikana puolet koko henkilöstöstä, ja loput alkuvuonna 2017.

Sisäisen viestinnän ja koulutusten tueksi teetettiin viiden videon sarja, joissa käsitellään puheeksioton teemoja työyhteisössä. Videot kannustavat nostamaan huolet puheeksi ajoissa, ennen kuin ongelmat kasvavat liian suuriksi. Videot ovat katsottavissa Alkon Youtube-kanavalla.

Vuonna 2017 Selvästi hyvää työtä -projektin (aik. Työelämä ja alkoholihaitat) painopisteenä on ennakoi- ja ehkäisevä työ. Jo rekrytointivaiheeseen lisätään keskustelua alkoholitoimialaan liittyvistä riskeistä ja Alkon toimintamallista. Muita toimenpiteitä ovat päivitetyn varhaisen välittämisen mallin ja päihdeohjelman, sekä päihdepelissäntöjen vieminen käytäntöön. Tavoitteena on tiivistää entisestään yhteistyötä työterveyshuollon kanssa. Tärkeää on myös esimiestyön vahvistaminen kannustamalla esimiehiä ottamaan haastavia aiheita rohkemmin esiin omissa työyhteisöissään.

Yhteistyökumppaneiden toimia ohjelman puitteissa vuonna 2016 olivat muun muassa:

- A-klinikkasäätiön kysely päihdehaittojen ennaltaehkäisystä, niihin puuttumisesta, käsittelystä ja hoitoonohjauksesta sekä eri toimijoiden tietosisältöjä yhteen tuovan työkalun kehitystyö vuoden aikana testausvaiheeseen saakka.
- EHYT ry kartoitti alkoholin ja laillisten resepti- ja käsikauppalääkkeiden samanaikaista käyttöä sekä julkaisi aiheesta oppaan "Tiesitkö tämän lääkkeitäsi ja alkoholista", ja käynnisti OttoMitta-sovelluksen päivitysprojektin.
- Työterveyslaitos toteutti kaksi kaksipäiväistä koulutusta, joissa käytiin läpi laitoksella kehitettyjen työkalujen käyttöönottoa työpaikoilla ja työterveyshuollossa.
- Terveyden ja hyvinvoinnin laitos kokosi mini-interventio-oppaan, joka tulee jakoon mm. oppilaitoksille vuoden 2017 aikana.

Fragile särkyvää: kertomus lapsesta alkoholinkäytön varjoissa

Fragile särkyvää -esitys kertoo nuoren ihmisen hauraudesta ja haavoittuvuudesta. Se kertoo tytöstä, joka yrittää elää perheessä, johon alkoholin väärinkäyttö on luonut synkän varjon.

Toukokuussa 2016 Suomen Kansallisteatterissa Helsingissä ensi-iltansa saanut Fragile särkyvää -esitys käsittelee alkoholin väärinkäytön seurauksia perheessä. Esitys tuo näkyväksi sen, mitä kaikkea lapsi joutuu piilottelemaan tilanteessa, jossa alkoholinkäytöstä kotona on tullut ongelma.

Kenenkään ei pidä jäädä yksin

Lähes kaikilla Fragile särkyvää -työryhmän jäsenillä on kokemuksia



alkoholin haittavaikutuksista. Asia on tärkeä, siksi siitä halutaan myös kertoa. Raskaasta aiheestaan huolimatta on esityksen perussävy kuitenkin toiveikas – apua on saatavilla, eikä kenenkään tarvitse jäädä yksin. Esitysten jälkeen katsojille tarjotaan mahdollisuus keskustelu-tukeen sekä eri vaihtoehtoja ulospääsyksi haasteellisesta tilanteesta. Keskustelutilaisuuksiin pyydetään mukaan myös paikallisia Lasten seurassa -ohjelman toimijoita.

Alko ja Suomen Kulttuurirahasto ovat tukeneet Fragile-työryhmän, Kajaanin Kaupunginteatterin, Suomen Kansallisteatterin ja Lasten seurassa -ohjelman yhteistyössä toteuttaman Fragile särkyvää -esityksen valmistumista. Esitys vieraili 2016 Suomen Kansallisteatterin lisäksi Turun, Oulun ja Kajaanin Kaupunginteattereissa sekä pienemmällä kokoonpanolla pääkaupunkiseudun kouluissa ja lastensuojeluyksiköissä. Fragile-esitykset jatkuvat myös vuonna 2017 teattereissa sekä kouluissa ympäri Suomen.

Alkon Lasten seurassa -ohjelman tavoitteena on vähentää vanhempien ja aikuisten alkoholinkäytöstä lapsille ja nuorille aiheutuvia haittoja.

Vastuullinen hankintaketju

Alkon toimitusketju on laaja ja erittäin kansainvälinen. Alko vaatii eettisiin toimintaperiaatteisiin sitoutumista kaikilta juomatoimittajiltaan.

Alkoholijuomien vastuullisuuden suuria haasteita ovat pitkät kansainväliset hankintaketjut. Varsinkin jos tuotteita ei pystytä jäljittämään alkutuotantoon asti, siellä vallitsevat työolot ja ympäristönsuojelun taso jäävät pimentoon. Tuotteen alkuperäinen tuottaja voi olla toisinaan hyvinkin vaikeasti jäljitettävissä, etenkin jos tuote saa lopullisen tuotemerkinsä monen väliportaan päässä alkutuottajasta.

Vastuullisten hankintojen merkitys kuluttajille ja jossain määrin myös poliittisille päättäjille on entisestään kasvanut. Suuri osa kuluttajista odottaa yrityksiltä vastuullisuutta, toimialasta riippumatta.

Toimialalle tyypillisesti Alkonkin hankintaketju on kansainvälinen ja monien tuotteiden kohdalla erittäin moniportainen. Vuonna 2016 ostimme alkoholijuomateollisuudelta ja -tukkukaupan toimijoilta 93,5 miljoonaa litraa alkoholijuomia 71 alkuperämaasta ja 486 kotimaiselta tai ulkomaiselta tavarantoimittajalta. Alkolla ei ole omia tuotteita eikä omaa tuotantoa.

Alko on Business Social Compliance Initiativen (BSCI) jäsenyrityksenä sitoutunut eettisiin toimintaperiaatteisiin ja vaatii sitä myös juomatuotteita Alkolle tarjoavilta ja toimittavilta myyjiltä. Kaikki Alkon juomatoimittajat ovat antaneet kirjallisen vakuutuksen omasta sitoutumisestaan.



**Vakaa
työsuhde**



**Pakkotyö-
kielto**



**Yhdistymisvapaus ja
neuvotteluoikeus**



**Riittävä
korvaus työstä**



**Työterveys ja
-turvallisuus**



**Nuorten työntekijöiden
suojaus**



**Eettinen
liiketoiminta**



Syrjintäkielto



**Kohtuullinen
työaika**



**Lapsityövoima-
kielto**



**Ympäristön-
suojaus**

Riskimaatuottajien vastuullisuuden varmentaminen 2016

Tuotteiden alkuperämaiden joukosta auditointien kohteena ovat pohjoismaisten alkoholimonopoliin yhteisesti BSCI:n ja toimialakohtaiseen riskianalyysiin perustuen sopimat 50 ns. riskimaata. Näissä riskimaissa on 272 tuotantolaitosta, jotka kuuluvat Alkon hankintaketjuun.

Riskimaiden tuotantolaitoksista tulevien 775 juomatuotteen joukosta on valittu kategoria- ja volyymiperusteisesti vuonna 2016 auditoitavat vakiovalikoiman tuotteet. Kaikkiaan riskimaista tulevien tuotteiden osuus on vajaat 22 prosenttia Alkon myynnistä.

Alkon teettämät vastuullisen hankinnan tarkastuskäynnit toteutettiin tämän riskiarviointiprosessin tuloksena yhteensä kuudelle tuottajalle ja yhdelletoista alkutuottajalle. Yksi auditointi siirtyi vuodelle 2017, ja yksi auditointi peruuntui Alkolle ilmoitetun tuottajan osoittauduttua pelkäksi pullottamoksi.

Tehdyt auditoinnit kartoittivat yhteensä 1 167 työntekijän työoloja.

Auditointitulosten jakauma oli:

A (erinomainen): yksi tuotantolaitos ja kaksi sille toimittavaa alkutuottajaa

B (hyvä): -

C (hyväksyttävä): yksi tuotantolaitos

D (riittämätön): neljä tuotantolaitosta ja yhdeksän alkutuottajaa

E (ei-hyväksyttävä): -

Yleisarvosana C on alin taso, jonka pohjoismaiset monopolit ovat sopineet hyväksyvänsä. Sitä alempi tulos tarkoittaa, että tuottaja tekee löydöksiin vastaavan korjaussuunnitelman, jonka toteutuminen varmennetaan vuoden kuluttua toteutettavalla seuranta-auditoinnilla.

Alkoholijuomateollisuudessa sadonkorjuun sesonkiluonteisuus sekä toimitusketjussa vallitsevat alkutuotantoon kohdistuvat kustannuspaineet asettavat merkittävimmät haasteet työ- ja ihmisoikeuksien toteutumiselle. Myös Alkon teettämien auditointien tulokset peilaavat näitä haasteita. Yleisimmät merkittävät puutteet ovat palkan suuruus, ylityön teettäminen ja sen määrän seuranta. Yhdellä auditoidulla eteläafrikkalaisella rypäletilalla todettiin työntekijöiden halventavaa kohtelua, joka sisältyy BSCI:n määritelmään vakavista eettisten toimintaperiaatteiden rikkomuksista. Löydöksestä käynnistyi niin kutsuttu nollatoleranssiprosessi, joka tarkoittaa eri osapuolien yhteistä osallistumista seurantaan ja korjaustoimenpiteiden toteuttamista nopeutetulla aikataululla.

Auditointien jälkeen Systembolaget, Vinmonopolet ja Alko vierailivat Etelä-Afrikassa huhtikuussa. Vierailuun sisältyi käyntejä helmi-maaliskuussa auditoiduilla viinintuottajilla sekä tapaamisia paikallisten toimialan järjestöjen kanssa. Vierailulla syvennettiin ymmärrystä BSCI-auditointien toimivuudesta maatalousympäristössä, kuultiin auditoitujen tuottajien mielipiteitä järjestelmästä sekä yleisemmin muodostettiin kuvaa eteläafrikkalaisen viinialan valmiudesta parantaa sosiaalista vastuuseen sisältyviä toimintatapoja.

Alko järjesti maahantuojille BSCI- ja ympäristöasioiden tietoisuutta tavarantoimittajatilaisuuksien yhteydessä. Niissä kerrattiin BSCI:n periaatteita ja käytiin läpi mm. tehtyjen auditointien tuloksia ja luomuviljelyn periaatteita kotimaisen asiantuntijapuhujan avulla. Osallistujia oli keskimäärin noin 50-60. Lisäksi järjestettiin erityisesti tuotteiden ympäristönäkökulmiin ja niiden viestintään keskittynyt työpaja. Alkon maahantuojia ja tuottajia varten tammikuussa avatun Eettisten toimintaperiaatteiden verkkokoulutuksen oli joulukuun loppuun mennessä suorittanut 212 maahantuojan edustajaa. Verkkokoulutuksen suoritus vaaditaan kaikilta maahantuojilta kesäkuun 2017 loppuun mennessä.

Yhteispohjoismainen vastuullisen hankinnan kehitystyö jatkui

Edellisvuonna hyväksytyn pohjoismaisten alkoholimonopoliin yhteisen päivitetyn vastuullisuusstrategian mukaisesti kehitystyötä jatkettiin vuonna 2016.

Monopolit sopivat keväällä uudesta riskimaalistasta. Prosessissa arvioituista 99 maasta, joista yhtiöt yhteensä ostavat, 50 maata nousi riskimaalistalle. Näistä riskimaista noin 20 on tällä hetkellä edustettuna vähintään yhden monopolin vakiovalikoimassa.

Lisäksi ulkopuolisella asiantuntijalla teetetyn eri sertifiointien vertailun jälkeen sovittiin yhteisesti, että tietyt vastuullisuussertifioinnit hyväksytään joko sellaisenaan tai tietyin lisäedellytyksin niin, että auditointeja ao. tuottajille/viljelyksille ei priorisoida.

Nämä sertifiointit ovat:

- Bonsucro
- Fair for Life (*)
- Fairtrade
- Sedex (SMETA)
- WIETA
- Anheuser-Busch InBev: Global Human Rights Policy
- Walmart
- Sustainable Wines of Chile

(*Alko hyväksyy myös For Life -sertifiointin)

Uudenlaisia yhteistyön muotoja on kehitetty myös FTA:n alaisessa BSCI:ssä. Systembolaget ja Alko päättivät liittyä mukaan BSCI:n aloittamaan, viinintuottajien vastuullisuuskehitysohjelmaan nimeltä Sustainable Wine Programme. Tämän vuosina 2016-2018 toteutettavan pilottiohjelman tavoitteena on riskimaatuottajia mukaan kutsuen luoda eri tason toimijoita palveleva yhteisen vastuullisuuskehittämisen malli, ja se kattaa sekä sosiaalisen että ympäristövastuun elementit.

Hankintaketjun läpinäkyvyys uutena fokusalueena

Alko edellyttää, että tavarantoimittajat pitävät jatkuvasti edustamiensa tuotteiden tuottajatiedot ajan tasalla. Tästä vaatimuksesta huolimatta vuoden 2016 auditointikierroksen yhteydessä havaittiin puutteellisia tuottajatietoja. Alko toteutti sen seurauksena kevään ja kesän aikana volyymiltään merkittävimpien riskimaiden Argentiinan, Chilen, Etelä-Afrikan sekä rommintuotantomaiden tuotteita koskeva tuottajatietokysely. Maahantuojien oli toimitettava tuotekohtaisesti aiempaa laajemmat tiedot hankintaketjuna jokaisesta portaasta, sekä tiedot tuotteiden mahdollisista alkuperäsertifioinneista. Vastaava tietopäivitys toistetaan vuosittain.

Alkuperäsertifioidut ja alkoholittomat tuotteet valikoimassa

Alkolla oli vuoden 2016 lopussa valikoimissaan noin 64 sertifioitua eettisen kaupan juomatuotetta ja yli 324 luomuviiniä, 31 olutta ja siideriä sekä väkevien juomien tuoteryhmässä noin 23 luomutuotetta.

Kaikki valikoimamme eettisen kaupan tuotteet ovat saaneet kansainvälisen sertifikaatin. Tällä hetkellä valikoimassa on tuotteita, joilla on Fair Trade-, Fair for life- tai For life -sertifiointi. Näillä tuotteilla on yleisesti hyväksytty auditointijärjestelmä, mutta tuotteita ei ole auditoitu Alkon toimeksiannosta. Alkon valikoimissa eettisen kaupan tuotteita on ollut vuodesta 2007 lähtien.

Luonnonmukainen eli luomu-tuotantotapa on tullut jäädäkseen tuotteiden raaka-aineiden viljelyyn. Sillä tavoitellaan mahdollisimman pieniä lopputuotteeseen jääviä vierasainejäämiä, mutta ennen kaikkea hyötyjä viljelysten ja niitä ympäröivän luonnonympäristön parantuneen kunnon ja biodiversiteetin kannalta. Luomutuotannon kriteereihin viinintuotannossa liittyy myös esimerkiksi tavanomaista alempi sallittu sulfidimäärä lopputuotteessa. Luomumerkittyjen tuotteiden ohella Alkon valikoimassa on biodynaamisesti tuotettuja puna- ja valkoviinejä sekä samppanjaa. Biodynaaminen viljelymuoto on ollut erityisesti Ranskassa nouseva trendi, mutta joitain tuotteita hankimme myös Espanjasta, Italiasta, Itävallest ja Saksasta sekä Kalifornian osavaltiota.

Niin sanottuja erityisen matala-alkoholillisia tuotteita, tyypillisesti viinejä, oli vuoden lopussa valikoimassa 122 kappaletta.

Alko on myös laajentanut vuoden 2016 aikana pienten pullokokojen valikoimaansa.

Alkoholittomien juomien ryhmä jatkoi sekini kasvuaan. Valikoimassamme oli vuoden lopussa noin 79 alkoholitonta olutta, siideriä, viiniä ja kuohuviiniä.

Tasapuolisuus ja syrjimättömyys ovat osa Alkon eettisiä periaatteita ja monopoliroolia

Tuotteiden ottamisesta valikoimaan, niiden hinnoittelusta ja valikoimasta poistamisesta päätetään tasapuolisin ja syrjimättömin perustein riippumatta toimittajan kansalaisuudesta tai kotipaikasta. Näitä periaatteita noudatetaan myös vastuullisen hankinnan toimintamallissa. Alko myös mittaa tavarantoimittajiensa kokonaistyytyväisyyttä vuosittain. Vuoden 2016 kyselyssä tavarantoimittajat antoivat Alkon osto- ja logistiikkayksikölle kokonaistyytyväisyysarvosanan 8,20 (asteikolla 4–10) eli arvosana parani noin 0,6 prosenttia edellisvuodesta (2015: 8,15).

#nofilter – onko vastuullisuus todellisuutta vai kiiltokuvaa

Kuluttamisen trendit ovat murroksessa, ja kuluttajat asettavat yrityksille enemmän vaatimuksia kuin kymmenen vuotta sitten. Yritysten halutaan kiiltokuvamaisen mielikuvamarkkinoinnin sijaan kertovan rohkeasti arvoistaan ja näyttävän myös epätäydellisemmän puolensa. Alkon vastuullisuustiimi otti kiinni trendeistä ja käynnisti kampanjan nimeltä #nofilter. Kampanjan tavoitteena oli myös kirkastaa Alkon vastuullisuusmielikuvaa vuoden 2015 TNS Gallupin Maine ja vastuullisuus -tutkimuksessa näkyneen vastuullisuusmielikuvan notkahduksen jälkeen.

#Nofilter-kampanjan idea syntyi Mainostajien Liiton järjestämässä AdProfit-kilpailussa, jossa Alko toimi juniorisarjan tehtävänantajana. Kilpailijat haastettiin miettimään uudella tavalla vastuullisuudesta viestintää tehtävänannolla "Alkon vastuullisuustyö uudelle tasolle, uudella tavalla - tunnettuuden nostaminen ja kuluttajien osallistaminen".



Kilpailuehdotuksia tuli 31, joiden joukosta nousi voittajaksi ehdotus nimeltä "#nofilter – läpinäkyvyys keskiöön". Ehdotuksen sisältö oli, kiteytettynä tekijöiden itsensä sanoin: "#Nofilter-viesteillään Alko haastaa paljastamaan todellisuuden täydellisen kuvan takana. Sen sijaan, että elämä on ulkopuolisin silmin kuin satukirjasta, jaamme todellisia tarinoita ja tilanteita kuvien takana. Kantavana ajatuksemmamme on, olisiko aika pysähtyä miettimään, miten suodatettu todellisuus vaikuttaa maailmaan ja kuinka paljon annamme sen ohjata asenteitamme, käyttäytymistämme tai valintojamme."

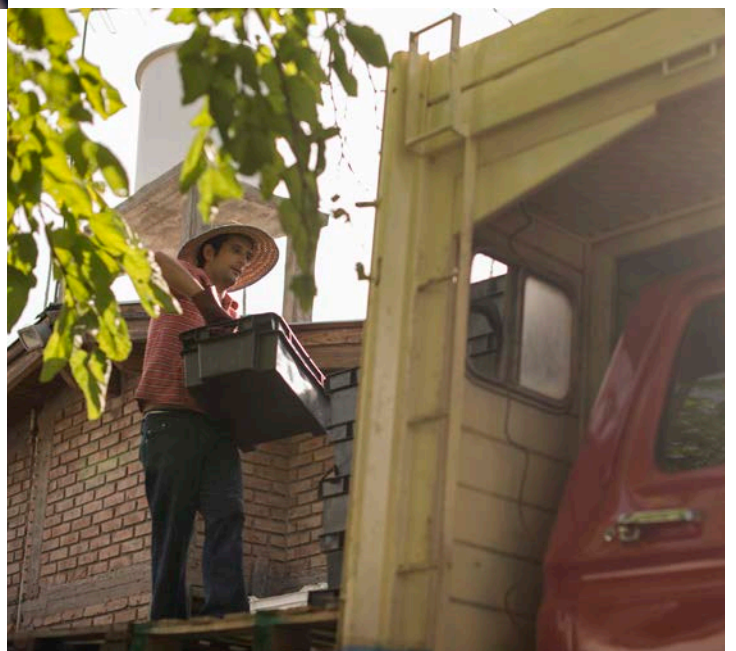
Bloggaajat viestiä viemään

Kampanjaan haastettiin mukaan lokakuussa 2016 kymmenen suomalaista bloggaajaa, jotka saivat tehtäväkseen kirjoittaa läpinäkyvyyden teemasta omassa elämässään. Samalla Alko aloitti uudenlaisen vastuullisuuden juttusarjan verkkosivuillaan. Sarjassa julkaistiin juttuja sosiaalisen ja ympäristövastuun näkökulmista aina vegaanisista viineistä viestimisen vaikeudesta riskimaiden maatalojen palkkauskysymyksiin.

Alko kutsui myös kuluttajat mukaan keskusteluun sosiaalisen median kanavillaan Facebookissa, Instagramissa ja Twitterissä. Vuoropuheluun haastettiin mukaan myös muutamia muiden alojen yrityksiä ottamaan kantaa omasta näkökulmastaan.

Tuottajat mukaan kampanjaan vuoden 2017 aikana

Vuoden 2017 aikana Alko kutsuu mukaan keskusteluun tuottajia. Jo ennen kampanjan alkua tavarantoimittajille kerrottiin Alkon aikeesta lisätä läpinäkyvyyttä hankintaketjun haasteellisissa vastuullisuuskysymyksissä, tuotteiden jäljitettävyydessä ja kestävässä kehityksessä. Kampanjan artikkelit on julkaistu myös Alkon englanninkielisillä verkkosivuilla, jotta tuottajat voivat tutustua #nofilter-kampanjaan. Vuoden 2017 aikana myös #nofilter-aihepiirien kirjoja laajennetaan hankintojen ja tuotevalikoiman ulkopuolelle kattamaan muun muassa alkoholin ongelmakäyttöä.



Taloudellinen vastuu

Alkon taloudellisen vastuun perusta, kestävä taloudellinen tulos, saavutetaan vastuullisilla arvoilla ja toimintatavoilla.

Alkon toiminnalla on laajoja taloudellisia vaikutuksia sidosryhmiin ja yhteiskuntaan. Kestävän taloudellisen tuloksen aikaansaamiseksi toiminnan on oltava tehokasta. Alkon on myös huomioitava sidosryhmät tasapuolisesti ja raportoitava taloudesta läpinäkyvästi ja avoimesti.

Liiketapaperiaatteet edellyttävät, että Alko toimii rehellisesti ja avoimesti sekä noudattaa voimassa olevia lakeja, säännöksiä ja sopimuksia. Tätä Alko edellyttää myös liikekumppaneiltaan. Alko ei hyväksy lahjontaa tai korruptiota, vaan toimii taloudellisesti vastuullisin perustein. Kassavarojen sijoittamisen tavoitteena on turvata sijoitettujen pääomien lisäksi maksuvalmius ja saada tuottoa sijoitetuille varoille alhaisella riskillä.

Asiakkaat 1 163,1 miljoonaa euroa

Alko tarjoaa asiakkailleen turvallisia ja laadukkaita tuotteita sekä palveluja. Vuonna 2016 alkoholijuomista saadut tuotot olivat 1 156,2 miljoonaa euroa (1 151,7).

Palveluita ja tarvikkeita tuotettiin 5,8 miljoonan euron (5,4) arvosta. Luku sisältää Alkoholintarkastuslaboratorion analyysitutkimuksista saadut tuotot, 331 tuhatta euroa (307).

Alko avasi verkkokaupan yritysasiakkaille elokuussa 2016 ja kuluttajille marraskuussa 2016. Verkkokaupan myötä tilauspalvelupisteet muuttuivat noutopisteiksi, joista asiakas voi noutaa verkkokauppatilauksensa. Verkkokauppa ja noutopisteet täydentävät myymälöiden kanssa monikanavaista palveluverkostoamme sekä tukevat haja-asutusseutujen paikallista elinkeinoelämää.

Liiketoiminnan muita tuottoja kertyi 2,1 miljoonaa euroa (2,6) ja ne olivat pääasiassa käyttöomaisuuden myyntituloja ja vuokratuottoja. Alko järjesti marraskuussa 2016 taideteosten pop up -myyntitilaisuuden, jossa myytiin aluetoimistoilla ja pääkonttorilla olleita suomalaisia taideteoksia.

Tavaran- ja palvelujen toimittajat 1 029,8 miljoonaa euroa

Sitoutuminen eettisiin periaatteisiin on osa Alkon hankintaprosessia, jossa suoran hankintahinnan lisäksi huomioidaan epäsuorasti syntyvät vaikutukset. Alko soveltaa BSCI-järjestön kehittämää vastuullisen hankinnan prosessia alkoholijuomaostoihinsa ja edellyttää toimittajiltaan eettisiä toimintatapoja. Yleiset hankintaehdot sisältävät eettisen kaupankäynnin periaatteet. Alkoholijuomaostoihinsa huomioidaan myös lainsäädännön (Asetus alkoholiyhtiön toiminnasta 243/2000) antamat ohjeet toimittajien tasapuolisesta ja läpinäkyvästä kohtelusta. Alko on toteuttanut alkoholijuomien toimittajille Eettisten toimintaperiaatteiden verkkokoulutuksen, jonka avulla varmistetaan, että toimittaja ymmärtää vastuullisen hankinnan toimintaperiaatteet ja käytännön vaikutukset. Alko edellyttää, että kaikki alkoholijuomatoimittajat ja agentit ovat suorittaneet verkkokoulutuksen kesäkuun 2017 loppuun mennessä. Alko julkaisee Alkoholijuomien valikoimaanotto ja vähittäismyynti -opasta, jossa kerrotaan alkoholijuomien valikoimaanotto prosessista.

Pääosa hankinnoista on alkoholijuomia, joita ostettiin alkoholijuomateollisuudelta ja -tukkukaupan toimijoilta 934,1 miljoonalla eurolla vuonna 2016 (920,7). Suurin osa näistä toimijoista on suomalaisia, mutta Alko osti alkoholijuomia myös ulkomaisilta toimijoilta 13,8 miljoonan euron arvosta vuonna 2016 (12,6). Alko ostaa alkoholijuomat euromääräisinä, jotta valuuttariskiä ei muodostuisi.

Muita tuotteita ja palveluita ostettiin 36,0 miljoonalla eurolla vuonna 2016 (42,1). Tämän lisäksi toimittajilta kiinteisiin kuluihin kirjattiin 59,7 (59,1) miljoonaa euroa hankintoja. Näillä hankinnoilla mahdollistettiin muun muassa seuraavat toiminnot:

- It-palveluihin ja -konsultaatioihin panostettiin 10,0 miljoonaa euroa (7,9). Verkkokauppa avattiin yrityksille elokuussa 2016 ja kuluttaja-asiakkaille marraskuussa 2016. It-kulut kasvoivatkin verkkokaupan perustamisen, käyttöönoton ja ylläpidon vuoksi. Muut it-kulut olivat pääasiassa ohjelmien lisenssejä ja ylläpidon tukea.

- Alkon pääkonttori muutti Arkadian kiinteistöön elokuussa 2016. Samaan aikaan Arkadian myymälä remontoitiin uuden myymäläkonseptin mukaiseksi. Vuoden 2016 loppuun mennessä viisi myymälää sai uuden konseptin mukaisen ilmeen.
- Vuoden 2016 lopussa 355 myymälästä 334 sijaitsi vuokratuissa kiinteistöissä, joista maksettiin vuokraa 17,0 miljoonaa euroa (17,2). Myymälöiden vuokratulot alenivat osittain myymälämuutosten ansiosta. Muutoissa valittiin edellistä pienempi ja tilatehokkaampi huoneisto. Yleisen taloudellisen tilanteen vuoksi myymälätilojen vuokrien indeksikorotukset ovat olleet maltillisia.
- Myymälöidemme monikanavaisen asiakaskokemuksen toteuttamiseen panostettiin hankkimalla mobiilipäätteet jokaiseen myymälään. Mobiilipäätettä käytetään asiakaspalvelutilanteiden lisäksi verkkokauppatilauksien vastaanottoon ja luovutukseen. Uusien kassapäätteiden kassanäkymät uudistettiin alkuvuodesta 2016.

Suorien vaikutusten lisäksi Alkon hankinnat vaikuttavat tavarantoimittajien kautta välillisesti myös ulkopuolisiin toimijoihin koko tuotantoketjussa. Eettisten kaupankäynnin periaatteiden avulla otetaan huomioon välilliset vaikutuksemme, mutta niiden rahallista suuruutta ei ole tässä arvioitu.

Henkilöstö 87,6 miljoonaa euroa

Alko maksoi henkilöstölleen vuonna 2016 palkkoja ja palkkioita 70,5 miljoonaa euroa (67,7). Eläkekulujen suuruus oli 12,5 miljoonaa euroa (14,5 milj. euroa) ja muut henkilöstösivukulut 4,6 miljoonaa euroa vuonna 2016 (3,7 milj. euroa). Henkilökäyttö myymälöissä kasvoi hieman edellisestä vuodesta.

Eläkkeet

Lakisääteisten työeläkkeiden lisäksi osa Alkon henkilökunnasta kuuluu lisäeläkejärjestelmän piiriin. Lisäeläkkeiden eläketurva hoidetaan eläkeyhtiöiden kautta, myös niin kutsuttu Alkon Eläkesäätiön A-osaston lisäeläke. Vuoden 2016 lopussa 280 henkilöä kuului Alkon Eläkesäätiön A-osaston lisäeläkkeen piiriin ja neljä henkilöä niin kutsutun Vistalcon lisäeläkkeen piiriin.

Toimitusjohtajalla ja neljällä johtoryhmän jäsenellä ei ole lisäeläkejärjestelyä. Kaksi johtoryhmän jäsentä kuuluu maksuperusteisen lisäeläkkeen piiriin vuoden 2016 lopussa. Tämän lisäeläkkeen eläkeikä määräytyy TYEL:n mukaan ja vuosittain maksettava etuus on 10 prosenttia säännöllisistä vuosiansiosta ilman kannustinpalkkoja.

Yksi johtoryhmän jäsenistä kuuluu Alkon eläkesäätiön A-osaston piiriin, jonka mukaan eläkeikä on 61 vuotta ja eläke 66 prosenttia palkasta.

Alkon Eläkesäätiön A-osaston lisäeläkkeen eläkeikä on 58–63 vuotta henkilön työtehtävistä ja palvelusajasta riippuen ja eläke 66 prosenttia palkasta.

Alko maksoi lisäeläkkeiden vakuutusmaksuja vuonna 2016 yhteensä 0,1 miljoonaa euroa (2,8), mikä on 0,1 prosenttia (4,2) yhtiön koko palkkasummasta. Vakuutusmaksujen suuruuteen vaikuttivat saadut rahastohyvitykset.

Yhteiskunta 80,2 miljoonaa euroa

Yhteiskunta saa Alkon toiminnasta verotuloja. Alkon veroasioita johtaa talousjohtaja, joka raportoi olennaisista veroasioista hallituksen tarkastusvaliokunnalle ja hallitukselle. Tulkinnallisissa tilanteissa voidaan ostaa vero- konsultointia ulkopuoliselta veroasiantuntijalta tai pyytää ennakkopäätös verottajalta.

Alko ei tee verosuunnittelua tai ohjaa varoja ulkomaisille tileille, vaan maksaa kaikista myydyistä tuotteista ja tuloksesta Suomen lain mukaiset verot. Alkon maksamat verotulot menevät valtion budjetin kautta yleisesti valtion menojen rahoittamiseen ja ne ovat tärkeä tulonlähde valtiolle. Verotuloilla rahoitetaan mm. sosiaali- ja terveyspalveluita.

Alkoholijuomaveroa myydyistä tuotteista kertyi 580,0 miljoonaa euroa vuonna 2016 (586,0). Tavarantoimittajat maksavat suurimman osan myytyjen tuotteiden alkoholijuomaveroista suoraan valtiolle. Alko maksaa alkoholi- ja pakkausverot niistä tuotteista, jotka kulkevat Alkon keskusvaraston kautta. Alko maksoi suoriteperusteisesti alkoholijuomaveroa Alkon keskusvaraston kautta kulkevista juomista 15,0 miljoonaa euroa (21,8) ja juomapakkausveroa 0,3 miljoonaa euroa (0,2).

Alko maksoi arvonlisäveroa 37,5 miljoonaa euroa (40,5) ja yhteisöveroa 10,5 miljoonaa euroa (10,1). Palkkaveroa ja Alko maksoi 15,5 miljoonaa euroa (15,6) ja sosiaaliturvamaksuja 1,5 miljoonaa euroa (1,4).

Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen tekemien laskemien mukaan alkoholin aiheuttamat kustannukset suomalaiselle yhteiskunnalle ovat noin 1,3–1,4 miljardia euroa vuosittain.

Yhteisöt 0,9 miljoonaa euroa

Alko tekee yhteistyötä Lasten seurassa -ohjelmassa A-klinikkasäätiön, Mannerheimin Lastensuojeluliiton, Suomen Vanhempainliiton ja Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen (THL) kanssa. Sen lisäksi vuonna 2015 käynnistettiin Työelämä ja alkoholihaitat -ohjelma, jossa ovat yhteistyökumppaneina A-klinikkasäätiö, EHYT ry, KELA, THL, Työterveyslaitos ja Työturvallisuuskeskus. Yhteistyö pohjautuu keskinäisiin sopimuksiin kuitenkin niin, että vuonna 2016 näissä ohjelmissa KELA, THL ja Työturvallisuuskeskus toimivat asiantuntijoina vastikkeetta. Alko maksoi vastikkeellisesta toiminnasta yhteisöille vuonna 2016 yhteensä 163 256 euroa (137 500).

Tämän lisäksi Alko tekee yhteistyötä Nuorten Akatemian ja Suomen Olympiakomitean (vuonna 2016 Valo ry) kanssa. Näiden yhteisöjen kanssa vastikkeellisten avustusten määrä oli 61 000 (47 600 euroa) Helsingin Nuorkauppakamarin Vuoden poliisin valinnan tukeminen ja Suomen Olympiakomitean Kasvata urheilijaksi -stipendi ovat vastikkeettomia, yhteensä 6 700 euroa. Samoin vastikkeettomiin avustuksiimme kuuluu Veikko ja Lahja Hurstin Laupeudentyö ry:lle annettu 2 000 euroa vähävaraisten joulun kustannuksiin.

Alko tukee lisäksi Alkoholitutkimussäätiön tutkimustoimintaa 67 300 euron lahjoituksella ja Yhteiskuntapolitiikka-lehteä 15 000 euron avustuksella. Alko tuki myös Helsingin yliopiston päihdelääketieteellistä alkoholitutkimusta 120 000 eurolla, Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen Juomatapatutkimusta 300 000 eurolla ja Itsenäisyyden juhluvuoden lastenrahaston säätiötä 100 000 eurolla.

Koko vuoden tulosvaikutteiset avustukset olivat 0,9 (0,3 miljoonaa euroa).

Alko ei antanut avustuksia tai tukia poliittisille tahoille.

Omistaja 40,0 miljoonaa euroa

Alkon omistaa Suomen valtio (100 %). Alko maksoi omistajalleen vuoden 2015 tuloksesta osinkoa 40,0 miljoonaa euroa (40,0 milj. euroa vuoden 2014 tuloksesta). Osinko maksettiin vuonna 2016 kahdessa erässä: kesäkuussa 20,0 miljoonaa euroa ja syyskuussa 20,0 miljoonaa euroa.

Alko ei saa valtiolta taloudellisia avustuksia.

Investoinnit 7,4 miljoonaa euroa

Alko investoi myymäläverkon kehittämiseen ja strategian mukaisiin hankkeisiin. Myymälöiden kehittämiseen investoitiin 2,6 miljoonaa euroa vuonna 2016 (2,3 milj. euroa vuonna 2015). Vuonna 2016 avattiin kolme uutta myymälää ja uuteen liikepaikkaan siirtyi 12 myymälää. Yksi myymälä suljettiin. Remonttitoita tehtiin 14 myymälässä, sisältäen Helsingin Arkadian lippulaivamyymälän uudistamisen. Myymälöiden kehittämiseen tehdyt investoinnit kasvoivat noin 13 prosenttia vuoden 2015 tasosta.

Strategian mukaisiin hankkeisiin investoitiin vuonna 2016 yhteensä 4,8 miljoonaa euroa. Euromääräisesti suurimpia investointeja olivat verkkokaupan rakentaminen (2,7 milj. euroa), pääkonttorin työtilojen kalustaminen ja sisustaminen joustotyötä palveleviksi (0,8 milj. euroa), uusien myymäläkonseptien määrittäminen (0,4 milj. euroa) ja henkilöstöjohtamisen järjestelmän kehittäminen (0,3 milj. euroa). Muita pienempiin kokonaisuuksiin jakautuvia investointeja tehtiin yhteensä 0,6 miljoonaa euroa.

Ympäristötyötä myymälöissä ja hankintaketjussa

Alko pyrkii aktiivisesti vähentämään toimintansa ympäristövaikutuksia. Vastuullisuusstrategian 2020 yhtenä päätavoitteena on vähentää myymäläverkoston energiankulutusta.

Alko haluaa olla edelläkävijä tuotteiden ja hankintaketjun vastuullisuudessa. Tämä edellyttää aktiivisia toimia tuotevalikoiman ja oman toiminnan ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Ympäristömyötäinen juomavalikoima, ympäristöä säästävät pakkaukset ja myymälöiden ympäristövaikutusten vähentäminen ovat Alkon vastuullisuusohjelman 2020 kärkitavoitteita.

Alko tekee yhteistyötä alkoholijuomien toimitusketjun ympäristövaikutusten vähentämiseksi pohjoismaisten alkoholimonopoliin (Systembolaget, Vinmonopolet, ÅTVR ja Rúsdrekkasölu Landsins) kanssa. Vuonna 2016 valmistuneen hankintaketjun ympäristövaikutuksia selvittäneen tutkimuksen mukaan merkittävimmät ympäristövaikutukset syntyvät:

- Pakkausten valmistuksesta (erityisesti lasipakkaukset)
- Raaka-aineiden (rypäleet, vilja) viljelystä
- Juomateollisuuden polttoainepäästöistä

Tutkimuksen tulokset ovat lähtökohtana Alkon ympäristöpäämäärien ja -tavoitteiden päivittäisessä, sekä tavaraomistajien kanssa tehtävässä yhteistyössä. Tavoitteena on myös löytää uusia toimintatapoja ja välineitä hankintaketjun ympäristövaikutusten vähentämiseksi, sekä tarjota asiakkaille lisätietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista.

Ympäristöjärjestelmä ohjaa käytännön ympäristötyötä

Alkon ympäristötyö perustuu asetukseen alkoholiyhtiön toiminnasta (243/2000), Alkon strategiaan ja -ympäristöpolitiikkaan. Käytännön toimia ohjaavat sertifioitujen ISO 14001 -ympäristöjärjestelmän tavoitteet- ja vastuut. Alkolle myönnettiin ISO 14001:2015 sertifikaatti tammikuussa 2017. Alko raportoi ympäristövaikutuksista verkkosivuilla sekä vuosittain Alkon vuosikertomuksessa ja yhteiskuntavastuuraportissa.

Alko on mukana Baltic Sea Action Groupin Elävä Itämeri -hankkeessa hanapakkausten sisäpussien keräystä koskevalla sitoumuksella. Alko tukee myös Pidä Lappi Siistinä ry:n työtä Lapin ainutlaatuisen luonnon säilymisen puolesta.

Vaihtoehtona luomu ja biodynaaminen

Ensimmäinen sertifioitu luomuviini saapui Alkoon jo vuonna 1994. Luomun osuus on ollut jatkuvasti kasvussa, ja nykyään valikoimassa on luomuksi sertifioituja tuotteita jo useampia satoja.

Luonnonmukaisella eli luomu-tuotantotavalla tavoitellaan maataloudessa ennen kaikkea hyötyä maan viljelykunnan eli hedelmällisyyden ja ympäröivän luonnonympäristön parantuneen tilan ja biodiversiteetin kannalta.

Luomumerkittyjen tuotteiden lisäksi valikoimasta löytyy biodynaamisesti tuotettuja puna- ja valkoviinejä sekä samppanjaa. Biodynaaminen on pitkälti kuin luomua, mutta lisäksi viljelyssä seurataan esim. kuunkierron vaiheita ja käytetään homeopatian tapaisia keinoja kasvin auttamiseksi. Lue lisää alko.fi:stä.

Myymlöiden energiankulutus laskuun

Alkon vastuullisuusstrategian 2020 yhtenä päätavoitteena on vähentää myymäläverkoston energiankulutusta. Sähkön kokonaiskulutuksesta valtaosa, 93 prosenttia, syntyy myymälän valaistuksesta ja loput mm. kassojen ja kylmäkalusteiden kulutuksesta. Energiankulutusta vähennetään mm. käyttämällä liiketunnistimia myymälän taustatiloissa, hyödyntämällä led-valaistusta ja ohjeistamalla henkilökuntaa säästämään energiaa. Kaikkien myymälöiden valomainokset on toteutettu led-tekniikalla ja myymälöitä uudistettaessa vaihdetaan vanhat kohdevalot uusiin energiaa säästäviin led-valaisimiin. Vuonna 2017 käyttöön otettavan ympäristötietojärjestelmän avulla myymälöiden on entistä helpompaa seurata omaa sähkönkulutustaan ja puuttua nopeammin mahdollisiin poikkeamiin.

Alkon myymälöiden, aluetoimistojen ja pääkonttorin arvioitu sähkön kokonaiskulutus oli vuonna 2016 noin 12 GWh (13,0 GWh 2015). Tarkkoja kulutustietoja ei ole saatavilla kaikista toimipisteistä, joten luku perustuu osittain arvioon. Turku Energialta ostettu sähkö on tuotettu uusiutuvalla energialla. Sähkön alkuperä on varmennettu alkuperätakuulain määrittelemällä tavalla sertifikaatteja käyttäen.

Myymläjäte hyötykäyttöön

Myymlätilan valinnassa huomioidaan myös ympäristönäkökohdat: toimiva jätehuolto, monipuoliset jätteiden kierrätysmahdollisuudet, ympäristöystävälliset lämmitysmuodot ja mahdollisuus yhteiseen pullonpalautukseen kiinteistön muiden toimijoiden kanssa. Valtaosa myymälöistä 332 (31.12.2016) ja aluetoimistoista toimii vuokrataloissa. Alkon itse omistamissa liikehuoneistoissa toimii yhteensä 21 myymälää. Yhden myymälän keskimääräinen pinta-ala on 288 (296 vuonna 2015) neliometriä. Myymälöiden välittömät ympäristövaikutukset koostuvat lämmön-, sähkön- sekä vedenkulutuksesta.

Alkon myymälöistä toimitettiin vuonna 2016 yhteensä 1 005 tonnia (lähes 840 tonnia vuonna 2015) pahvijätettä, lavamuovia 132 tonnia (108 tonnia vuonna 2015) ja lähes 3600 kiloa (3000 kiloa vuonna 2015) hanapakkauksen sisäpusseja hyötykäyttöön. Lavamuovia hyödynnetään mm. Alkon muovikassien valmistuksessa ja pahvista valmistetaan kierrätyspahvia. Viinipusseista saadaan kierrätyspolttoainetta, jolla korvataan kivihiiltä sementin valmistuksessa. Lue tästä lisää hanapakkausten kierrätyksestä.

Myymlöissä syntyvä bio-, metalli-, lasi-, energia- ja paperijäte lajitellaan ja kierrätetään kiinteistön jätehuollon kautta. Alkon pääkonttorissa, myymälöissä ja aluetoimistoissa noudatetaan oman jätelajitteluohjeistuksen lisäksi kuntakohtaisia ohjeita ja määräyksiä. Ongelmajätteiden käsittelyä varten on oma ympäristöohjeistuksen, ja Alkon Alkoholintarkastuslaboratorio (ACL) toimittaa kaikki haitalliset kemikaalit Ekokem Oy:lle.

Kaikki toiminnasta syntyvä jätevesi menee kunnalliseen viemäriverkostoon. Suuri osa myymälöistä lämmitetään kaukolämmöllä. Kiinteistöjen lämmitys- ja jäähdytysratkaisuissa suositetaan mahdollisuuksien mukaan myös uusiutuvia energialähteitä, kylmälaitteista vapautuvaa lauhdelämpöä sekä poistoilmaa liikehuoneistojen lattialämmityksessä. Lämpö, vesi ja jätehuolto kuuluvat pääsääntöisesti toimitilojen vuokraan. Tästä syystä tarkkoja kulutustietoja ei ole kaikilta osin saatavilla.

Myymlöiden ja toimistotilojen kalusteiden materiaalit valitaan siten, että ne ovat kestäviä, kierrätettäviä ja uudelleen käytettäviä. Myymälöiden saneeraus sekä kalustaminen hoidetaan keskitetysti. Tavoitteena on, että mahdollisimman suuri osa ylijääneistä kalusteista hyödynnetään joko omissa tai yhtiön ulkopuolisissa kohteissa.

Uudet työtavat vähentävät ympäristökuormaa

Alkon pääkonttori muutti elokuussa 2016 Helsingin Salmisaaresta Helsingin keskustaan uudistettuihin toimitiloihin. Vuonna 1913 valmistuneeseen taloon remontoitiin yhteisölliset työtilat Alkon noin 130 työntekijälle. Uudistus toteutettiin talon historiaa arvostaen, ja modernia tekniikkaa hyödyntäen. Muutolla samassa kiinteistössä sijaitsevan Arkadian myymälän läheisyyteen tavoitellaan entistä tiiviimpää yhteistyötä pääkonttorin ja asiakastyötä tekevien alkolaisten sekä asiakkaiden kanssa.

Ympäristönäkökulma on huomioitu toimitilojen suunnittelussa. Keskeisen sijainnin tavoitteena on kannustaa julkisen liikenteen käyttöön. Tilatehokkuus on myös parantunut, vaikka toimitilanelöiden määrä laski liki viidenneksellä. Omia työhuoneita, tai työpisteitä ei enää ole ja neuvotteluhuoneiden määrä on pyritty optimoimaan. Puhtaan pöydän toimintamallin myötä on pääkonttorin paperinkulutus kääntynyt myös selvään laskuun.

Remontissa pääkonttorin valaistusratkaisut uudistettiin ja toteutettiin energiatehokkaalla led-valaistuksella sekä liiketunnistimilla. Säästöä vedenkulutukseen saadaan kosketusvapailta hanoilla. Kulutusta pystytään seuraamaan aikaisempaa tarkemmin ja helpommin modernin tekniikan avulla.

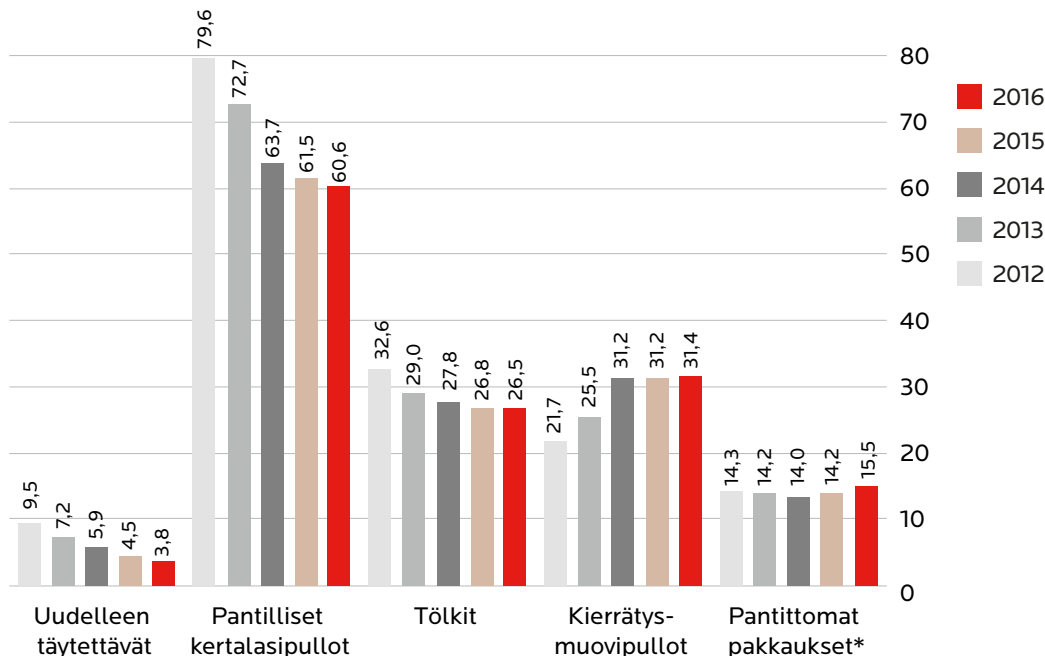
Yhteisöllisiin työtiloihin muuttaminen tarkoittaa alkolaisille uutta työnteon tapaa. Etätyön lisääntyminen ja pikaviestipalveluiden (Skype, Yammer) hyödyntäminen vähentävät merkittävästi työ- ja kokousmatkustamiseen liittyvää ajankäyttöä, sekä matkustamisesta aiheutuvia päästöjä. Myös henkilökunnan koulutuksissa pystytään aikaisempaa enemmän hyödyntämään uutta teknologiaa fyysisten tapaamisten sijasta.

Juomapakkausten palautusaste maailman huippuluokkaa

Tölkkien ja pullojen ohjaamista kierrätykseen edesauttaa se, että kaikkia Alkosta ostettuja pantillisia juomapakkauksia pystyy palauttamaan yli 4 500 pisteeseen kautta Suomen. Alko tekee pakkausten kierrätyksessä tiivistä yhteistyötä muiden kauppaketjujen kanssa. Kuluttaja-asiakkaat voivat palauttaa juomapakkaukset ruokaostostensa yhteydessä myös ns. yhteispalautuspisteisiin, joita on yli 310. Pantillisia juomapakkauksia hallinnoi Suomen Palautuspakkaus Oy (PALPA), jonka yksi omistajista Alko on.

Myös pantittomille juomapakkauksille on olemassa tehokas kierrätysjärjestelmä, joka uudistui vuonna 2016 uuden jätelain vaatimusten mukaisesti. Lainsäädännön mukainen yli 1 850 ekopisteen verkosto valmistui kesällä 2016 ja helpottaa entisestään myös pantittomien pullojen ja kartonkipakkausten palautuksia. Samalla kuluttajille tuli mahdolliseksi kierrättää muovipakkauksia yli 500 palautuspisteeseen. Ekopisteverkostoa hallinnoi Suomen Pakkauskierrätys RINKI Oy. Pantittomien lasipakkausten kierrätyksestä vastaa Suomen Keräyslasiyhdistys ry, jonka jäsen Alko on.

MYDYT PAKKAUKSET



* Hanapakkauksiin, viinipussit ja muut pantittomat tuotteet

Päästöjä alas kuljetuksia yhdistämällä

Alko suunnittelee kuljetukset myymälöihin mahdollisimman tehokkaiksi, mikä säästää sekä rahaa että luontoa. Myymäläjakelussa hyödynnetään yhteisjakelumallia, jossa kuljetusliikkeet yhdistelevät terminaaleissaan useasta eri varastosta tulevat tuotteet samoihin kuormiin. Näin myymälän takaovella käy usean auton sijaan vain yksi, eikä turhia ajokilometrejä puolityhjillä autoilla pääse syntymään.

Alko ostaa kuljetus- ja varastopalvelut ulkopuolisilta kumppaneilta ja edellyttää myös näiltä vastuullista toimintaa. Kahdella suurimmalla Alkon tuotteita Suomessa kuljettavalla yrityksellä onkin käytössä ympäristöjärjestelmä. Myös kaikilla Alkon maahantuontipalvelun kuljetuksista huolehtivilla yrityksillä on käytössä ISO 14001 -ympäristöjärjestelmä. Alkon keskusvarastopalvelut tuottaa Postin Vantaan logistiikkakeskus, jolle on niin ikään myönnetty ISO 14001 -sertifikaatti.

Alko seuraa kuljetusten aiheuttamien CO₂-päästöjen määrää. Vuonna 2016 tuontikuljetusten CO₂-päästöt olivat 707 (521) tonnia ja kotimaan myymäläjakelukuljetusten päästöt 61 (73) tonnia. Luvut sisältävät Alkon keskusvarastosta myymälöihin toimitetut tuotteet, mutta eivät paluukuljetuksia myymälöistä. Suurin syy jakelukustannusten päästöjen pienenemiselle on se, että Alkon keskusvarastosta myymälöihin toimitettavien tuotteiden volyymi on pienentynyt. Alkon maahantuomien tuotteiden määrät ovat kuitenkin kasvaneet, mikä selittää tuontikuljetusten CO₂-päästöjen kasvun.



Viinipussien keräys sai lentävän lähdön

Kesän 2016 Helppoa kierrättämistä -kampanja siivitti viinipussien ja hanapakkausten sisäpussien kierrätysluvut huimaan nousuun. Palautusmäärät miltei nelinkertaistuivat edellisvuoteen verrattuna, ja pusseja toimitettiin kesä-syyskuun aikana sementin raaka-aineeksi reilut 30 000 kappaletta.

Viinipussikeräys on läpi vuoden käynnissä suuressa osassa Helsingin, Uudenmaan ja Lounais-Suomen myymälöissä.



Vuonna 2017 käyttöönotettavan ympäristötietojärjestelmän avulla myymälöiden on entistä helpompaa seurata omaa sähkönkulutustaan ja puuttua nopeammin mahdollisiin poikkeamiin.

Vuonna 2016 Alko myi 137,8 miljoonaa kappaletta erilaisia juomapakkauksia:

- pantillisia kertakäyttöisiä lasipulloja 60,6 miljoonaa
- uudelleentäytettäviä lasipulloja 3,8 miljoonaa
- tölkkejä 26,5 miljoonaa
- pantillisia kierrätysmuovipulloja 31,4 miljoonaa
- hanapakkauksia 6,9 miljoonaa
- kartonkipakkauksia 3,6 miljoonaa
- pantittomia lasi- ja muovipulloja 5,0 miljoonaa.



ALKO TYÖNANTAJANA

Paras työpaikka

Alkon uuden työkulttuurin ytimessä ovat yhteisöllisyys, aktiivisuus ja joustavuus. Vuonna 2016 panostettiin erityisesti työyhteisöjen toimivuuteen, jotta Alko voi tarjota asiakkaille ja henkilöstölle hyviä kokemuksia myös jatkossa.

Vuosi 2016 on ollut monikanavaisen ja yhteisöllisen Alkon uudistumisen startti. Alko on lähihistoriansa toisen merkittävän muutoksen alussa. Edellinen iso muutos oli tiskimyymästä palvelumyymäksi uudistuminen, joka oli hieno tarina onnistuneesta muutoksesta huipputuloksineen asiakaskokemuksesta ja henkilöstökokemuksesta. Uudistuminen monikanavaiseksi ja yhteisölliseksi toimijaksi on edellyttänyt jokaisen alkolaisen digivalmiuksien kasvattamista ja vuoden 2016 syksyllä avautuneen verkkokaupan edellyttämien uusien toimintamallien omaksumista. Alkolaisia on tuettu tässä muutoksessa muun muassa verkkovalmennuksella ja sisäisillä digilähettiläillä. Monikanavaisuus ja yhteisöllisyys ohjasivat oppimisen suuntaviivoja – uuden asiasisällön ohella opettelimme uusia tiedonhankinnan ja asiakaspalvelun tapoja ja työvälineitä sekä kertasimme yhdessä onnistumisen perusteita.

Paras työ -nimellä kulkeva henkilöstöstrategia on ohjannut uudistumista joustavien työnteon mallien ja alkolaisen johtajuuden avulla. Alkon uuden työkulttuurin ytimessä ovat yhteisöllisyys, aktiivisuus ja joustavuus. Yhteisöllisyyden edistämiseksi olemme uudistaneet koulutustamme osallistavammaksi ja korostaneet osaaamisen jakamista. Omajohtajuus on noussut alkolaiden puheeseen ja arjen toimintaan. Se on tuonut mukanaan aktiivista ja osallistuvaa otetta omaan työhön ja työyhteisöön, mikä entisestään on vahvistanut kykyämme vastata asiakkaan tarpeisiin. Monimyymätyö on ollut merkittävä joustavuutta ja toimivia sisäisiä työmarkkinoita edistävä kokeilu, joka vakiinnutettiin vuoden päätteeksi vajaassa 20 myymälässä. Pääkonttorissa uudistuminen näkyi konkreettisesti muutossa uutta, joustavampaa työkulttuuria tukevaan monitilatoimistoon.

Yhteistoiminnan näkökulmasta vanhat vastakkainasettelut ovat muuttuneet yhteistyöksi, jossa rakennetaan yhdessä tulevaisuutta. Toimiva yhteistyö henkilöstön edustajien ja työnantajan välillä on edellytys yhteisten tavoitteiden rakentumiselle ja tulokselliselle kehittämiselle organisaatiossa. Tämä puolestaan on välttämätöntä, jotta pystymme yhtiönä jatkuvasti kehittämään tulevaisuuden vaatimusten ja strategiamme mukaisesti. Erinomainen esimerkki hyvästä yhteistoiminnasta on myymälätyöntekijöiden edustajien kanssa yhteistyössä rakennettu, kaupan alan ensimmäinen osaamispohjainen palkkausmalli. Osaamisen arviointiin perustuva palkkaus kannustaa myös toimimaan kohti uudistuvan Alkon tavoitteita.

Uudistimme loppuvuodesta alueorganisaatiomme, jonka seurauksena myymäläverkosto koostuu kuudesta maantieteellisestä alueesta aiemman kymmenen alueen sijaan. Myymäläverkoston organisaatio ja johtamismalli tulee muuttumaan jatkossakin entistä joustavammaksi, jotta pystymme nykyistä paremmin mukautumaan toimintaympäristön mahdollisiin muutoksiin ja tarjoamaan asiakkaille asiantuntevinta ja henkilökohtaista asiakaskokemusta.

Alkolaiden sitoutuneisuus ja työtyytyväisyys ovat edelleenkin muita palvelualan organisaatiota korkeammalla tasolla. Vuonna 2016 panostettiin merkittävästi työyhteisöjen toimivuuteen, jotta Alko voi tarjota asiakkaille ja henkilöstölle hyviä kokemuksia jatkossakin.

Monimyyväläpilotista tärkeät eväät tulevaisuuteen

Myyjien työtuntien lisäämiseksi ja työvuorosuunnittelun sekä henkilöstöresursoinnin joustavoittamiseksi toteutettiin Rovaniemen, Helsingin ja Oulun keskusta-alueilla vuoden 2016 aikana pilotti monimyyvälätyöskentelystä. Pilotin aikana myyjien ja myymäläpäälliköiden työvuoroja suunniteltiin yhden kantamyyvälän sijasta useampaan myymälään etukäteen määriteltujen myymäläryhmien sisällä. Monimyyvälätyöskentelyn ohella kerättiin kokemuksia myös uudenlaisesta, myymäläryhmätasoisesta työvuorosuunnittelun mahdollistavasta työvuorosuunnittelujärjestelmästä. Pilottiin osallistui kaikkiaan yli 150 myyjää ja myymäläpäällikköä 17:ssä eri myymälässä.

Vaikka kysymys oli verrattain suuresta muutoksesta alkolaaisessa työkuultuuriissa, sopeuduttiin monimyyvälätyöskentelyyn erittäin



hyvin. Myymälöiden välisten yhtenäisten työtapojen rakentaminen sekä uusiin myymälöihin ja ihmisiin tottuminen vei alkuvaiheessa aikaa, mutta rutiinien löytyessä ja toiminnan vakiintuessa monimyyvälätyöskentelyn hyödyt nousivat selvästi alkuhankaluuksia vahvemmiksi. Tästä ansio kuuluu erityisesti pilottimyyvälöiden myyjille, jotka pienryhmätyöskentelyn kautta osallistuivat aktiivisesti monien arkipäivän ongelmien ratkaisemiseen ja monimyyvälätyöskentelyn kehittämiseen.

Monimyyväläpilotin avaintavoitteet toteutuivat odotusten mukaisesti: myyjien suunniteltu ja suunnitteleman työ lisääntyi pilotin aikana. Samalla sekä osaaminen että yhteisöllisyys kehittyivät useammassa myymälässä työskentelyn myötä. Myös henkilöstötutkimuksen tulokset olivat monimyyväläryhmien myymälöissä positiivisia.

Pilotin tärkeänä tavoitteena oli lisäksi joustavoittaa työvuorosuunnittelua siirtämällä suunnittelun painopiste kantamyyvälätasolta myymä-



läryhmätasolle, jotta pystymme tarvittaessa reagoimaan joustavammin toimintaympäristöme mukanaan tuomiin haasteisiin ja samalla turvaamaan mahdollisimman pitkälle nykyisten myyjien työtä.

Myös tämä tavoite toteutui, sillä tulosten perusteella monimyyvälätyöskentely toi kaivattua joustavuutta työvuorosuunnitteluun ja paransi myös myymäläpäälliköiden jaksamista.

Monimyyvälätyöskentely soveltuu Alkon monikanavaiseseen ja yhteisölliseen työkuultuuriin hyvin ja tukee merkittäväällä tavalla Paras Työ-strategiaamme.

Monimyyväläpilotissa mukana olleissa myymäläryhmissä siirryttiin pysyvästi monimyyvälätyöskentelyyn vuoden 2017 alusta lähtien. Seuraavassa vaiheessa selvitetään, missä määrin ja minkälaisissa myymäläryhmissä monimyyvälätyöskentely olisi mahdollista myös muualla Alkossa. Tästä neuvotellaan yhdessä työnantajan ja työntekijäjärjestöjen kesken vuoden 2017 aikana.



Henkilöstö lukuina

Alkossa työsuhteet ovat pitkiä, mikä kertoo henkilöstön vahvasta sitoutumisesta. Vuonna 2016 panostettiin erityisesti sesonkien henkilöstöresursointiin.

Henkilöstön määrän kehittyminen

Vuoden 2016 lopussa henkilöstön lukumäärä oli 2 655 (2 525) kasvaen noin 5 prosenttia edellisvuodesta. Kasvu johtui joulusesongin resursoinnista, jonka vuoksi määräaikaisia työntekijöitä oli vuoden 2016 lopussa 598 (437). Näistä suurin osa oli palkattu joulun ajaksi myymälöihin. Toistaiseksi voimassa olevassa työsuhteessa oli vuoden 2016 lopussa 2 057 (2 108) työntekijää.

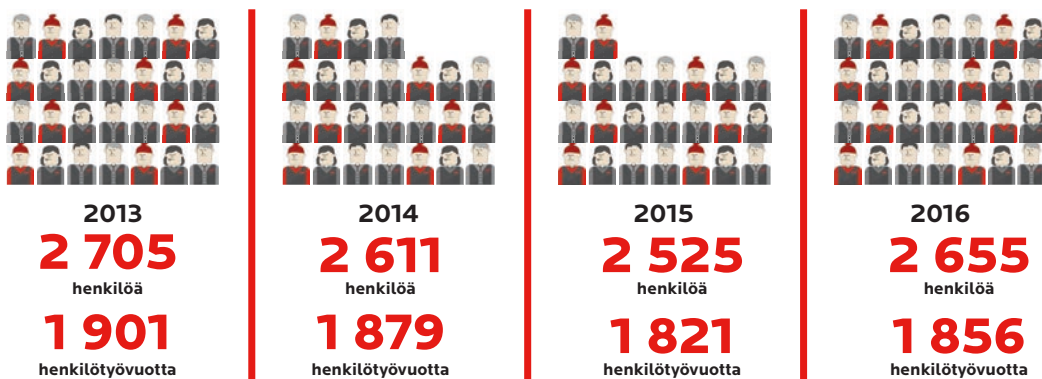
Alkon palveluksessa oli vuoden 2016 aikana keskimäärin 2 385 (2 415) työntekijää, joka on laskennallisiksi henkilötyövuosiksi muutettuna 1 856 (1 821) henkilötyövuotta. Henkilötyövuosien hienoinen kasvu johtui myös sesonkien edellisvuotta vahvemmasta resursoinnista.

Tiesitkö?

1 henkilötyövuosi =

1 kokoaikaisen työntekijän täysi työpanos vuoden aikana

HENKILÖSTÖMÄÄRÄ VUODEN LOPUSSA



Pääkonttorissa työskentelevistä asiantuntijoista lähes kaikki työskentelevät kokoaikaisessa, toistaiseksi voimassa olevassa työsuhteessa. Osa-aikaisen henkilöstön osuus kaikista toistaiseksi voimassa olevista työsuhteista on 69,1 prosenttia nousten hieman edellisen vuoden tasosta (68,6 %). Osa-aikaisista työsuhteista suurin osa on myyjä, joka johtuu Alkon myynnin painottumisesta loppuviikkoon ja sesonkeihin. Hyvällä henkilöstösuunnittelulla Alko varmistaa, että voi tarjota mahdollisimman paljon työtä omalle henkilöstölleen. Mahdollisten avautuvien tehtävien ja työvuorojen osalta lisätyötä tarjotaan aina ensin Alkon osa-aikaiselle henkilökunnalle. Yhtenäisillä käytänteillä edistetään hyvää työvuorosuunnittelua. Tavoitteena on yhdistää toiminnassamme hyvää asiakas- ja henkilöstökokemusta sekä tehokkuuden vaatimukset.

Henkilöstön alueellinen jakauma

Alko uudisti myymäläverkoston alueorganisaationsa loppuvuodesta 2016, minkä seurauksena kuusi aluepäällikköä vastaa maantieteellisten alueiden johtamisesta. Henkilöstö jakautuu tasaisesti maantieteellisten alueiden kesken; keskimäärin kullakin alueella on noin 15 prosenttia henkilöstöstämme. Pääkaupunkiseutu on alueista suurin ja Pohjois-Suomi pienin. Pääkonttoritoiminnot sijaitsevat Helsingissä.

HENKILÖSTÖ

KAIKKI

73 % 27 %

MYYMÄLÄPÄÄLLIKÖT

53 % 47 %

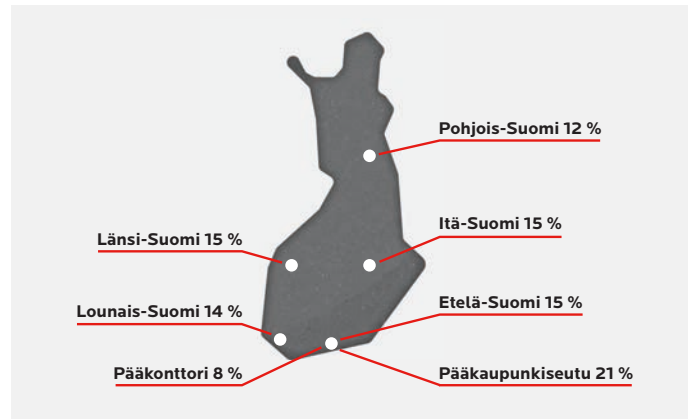
MUUT ESIMIEHET

33 % 67 %

Naiset

Miehet

HENKILÖSTÖ ALUEITTAIN



Työsuhteen kesto ja vaihtuvuus

Alkossa työsuhteet ovat pitkiä, mikä osaltaan kertoo henkilöstön vahvasta sitoutumisesta. Noin 66 prosenttia (71 %) vakituisesta henkilöstöstä on työskennellyt Alkossa yli 5 vuotta. Vuoden 2016 aikana 53 henkilöä jäi vanhuuseläkkeelle.

Alkon johtoryhmässä aloitti vuoden 2016 aikana kaksi uutta henkilöä. Paula Kujansivu nimitettiin liiketoiminta-johtajaksi 8.2.2016 alkaen vastuullaan Alkon verkkokauppa ja toimitusketju. Ennen nimitystään Kujansivu vastasi Alkon sähköisen liiketoiminnan projektin johtamisesta. Pekka Litmanen nimitettiin Alkon asiakaspalvelujohtajaksi 5.5.2016 alkaen. Litmanen siirtyi Alkolle Elisa Oyj:n henkilöasiakasliiketoiminnan kehitysjohtajan tehtävästä.

Alkon työntekijän työsuhteen pituus oli vuoden 2016 lopussa keskimäärin 10,8 vuotta, kun se vuonna 2015 oli 11,3 vuotta. Miesten keskimääräinen palvelusaika oli 13,2 vuotta naisten palvelusajan jäädessä 9,9 vuoteen. Tar kasteltaessa henkilöstöryhmiä toimihenkilöillä on pisimmät työsuhteet, keskimäärin 15,6 vuotta.

Vuonna 2016 panostettiin sesonkien henkilöstöresursointiin edellisvuotta voimakkaammin. Vuoden 2016 aikana aloitettiin 1 008 (733) työsuhdetta, jotka jakautuivat 883 henkilölle. Näistä 156 oli toistaiseksi voimassa olevia työsuhteita. Loput työsuhteista olivat määräaikaista. Suurta määräaikaisten työsuhteiden määrää selittää liiketoimintamme kausiluonteisuus: sesonkien ajaksi tarvitaan määräaikaista henkilökuntaa tukemaan vakituisista henkilökuntaamme asiakkaiden palvelemisessa. Palkatuista 327 työntekijää on työskennellyt aiemmin Alkossa, osa jopa saman vuoden aikana ja 556 tuli yhtiöön ensimmäistä kertaa töihin. Aloittaneista työntekijöistä 73 prosenttia oli naisia ja 27 prosenttia miehiä.

Alko haluaa tukea monimuotoisuutta työyhteisössämme ja tämä otetaan huomioon rekrytoinnissa. Suurin tehtäväryhmä eli myyjien työnkuva sisältää kuitenkin monia työvaiheita, joista osa edellyttää riittävän hyvää fyysistä kuntoa (esimerkiksi kuormien purkaminen). Asiakaspalvelun näkökulmasta myös sujuva suomen kielen taito on tärkeää.

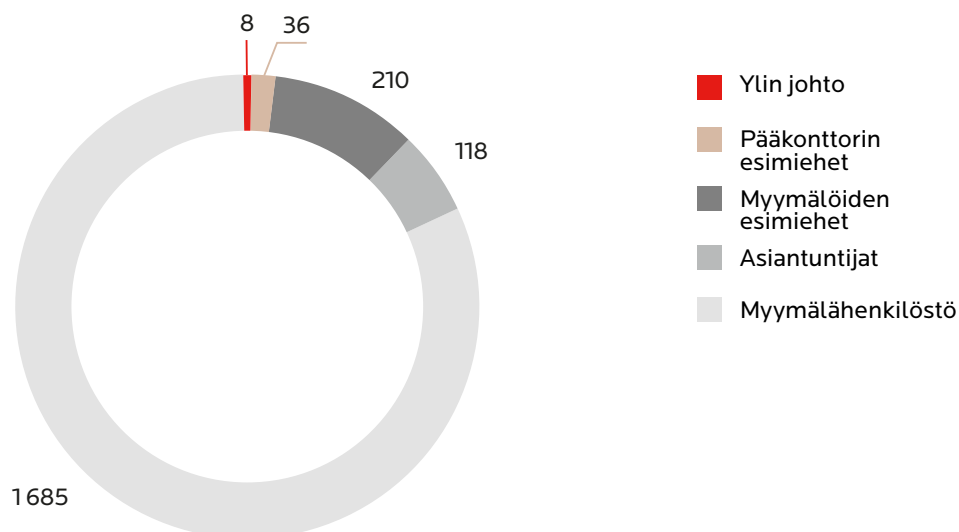
Päättäneitä työsuhteita oli vuoden 2016 aikana 823 (562), joista 72,5 prosenttia naisia ja 27,5 prosenttia miehiä. Suurimmalla osalla joulusesonkiin palkatuista henkilöistä työsuhde Alkoon päättyi tammikuussa 2017, minkä vuoksi alkaneiden työsuhteiden lukumäärä näyttää päättäneitä työsuhteita suuremmalta. Kokonaisvaihtuvuutta selittää kuitenkin se, että vuoden 2016 osalta määräaikaista, pääasiassa joulusesonkiin palkattuja työsuhteita päättyi 223 kappaletta, kun vuoden 2015 osalta vastaava luku oli 24. Myös omaehtoinen lähtövaihtuvuus kasvoi. Vuoden 2016 aikana 180 henkilöä irtisanoutui Alkon palveluksesta edellisvuonna luvun jäädessä 125:een. Henkilömäärä laski keskimäärin 1,2 prosenttia vuoden 2016 aikana verrattuna edelliseen vuoteen.

Alkosta siirtyi vuoden 2016 aikana 53 (57) henkilöä eläkkeelle. Tämän lisäksi 2 henkilöä siirtyi työkyvyttömyyseläkkeelle. Alko panostaa työkykyä ylläpitävään toimintaan ja tekee vahvaa yhteistyötä niin työeläkeyhtiön kuin työterveyshuollon kanssa. Keskimääräinen eläköitymisikä (sisältää työkyvyttömyyseläkkeet) oli 60,1 vuotta (59,8).

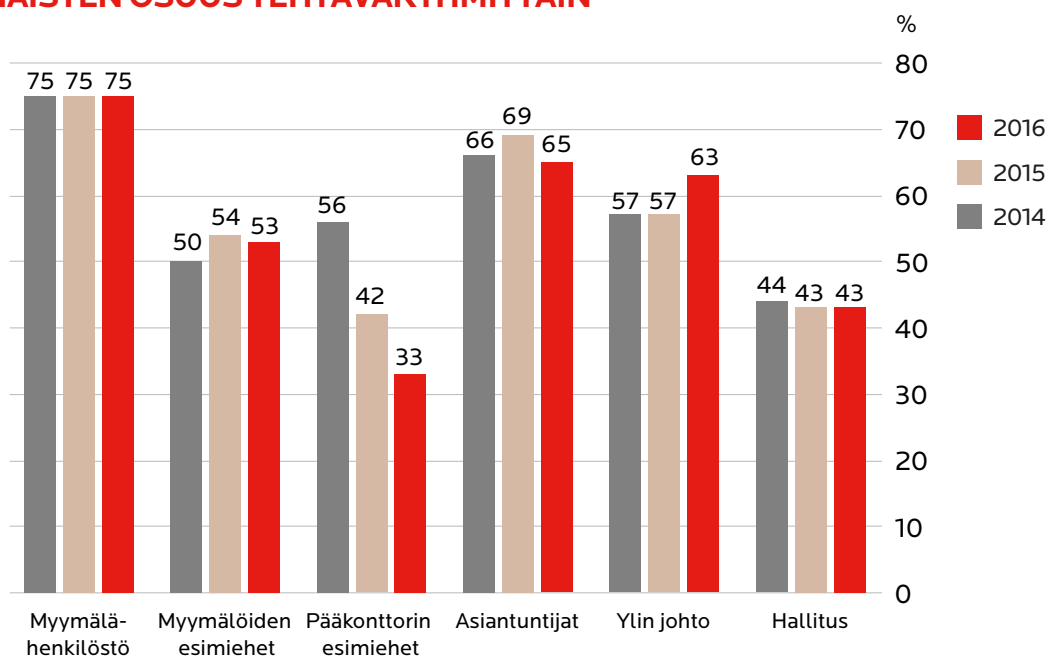
Sukupuolijakauma

Alkon henkilöstö on kokonaisuudessaan hyvin naisvaltainen: toistaiseksi voimassa olevasta henkilöstöstä 73 prosenttia (72 %) on naisia. Alkon johtoryhmässä naisia on kahdeksasta henkilöstä viisi. Pää- ja aluekonttoreiden esimiesten sekä myymäläpäälliköiden osalta naisia ja miehiä on lähes yhtä paljon (miehiä 48 % ja naisia 52 %). Toimihenkilötehtävissä toimivista 58 prosenttia on naisia ja myymälätyöntekijöistä 76 prosenttia. Vain vaativissa asiantuntijatehtävissä ja keskijohdossa miesten osuus on naisia suurempia (60 %). Naisten suureen osuuteen vaikuttaa muun muassa se, että kaupan ala on naisvaltainen ja myös suurin osa Alkon myyjän tehtäviin hakijoista on naisia.

HENKILÖSTÖMÄÄRÄ HENKILÖRYHMITÄIN VAKITUISET TYÖSUHTEET



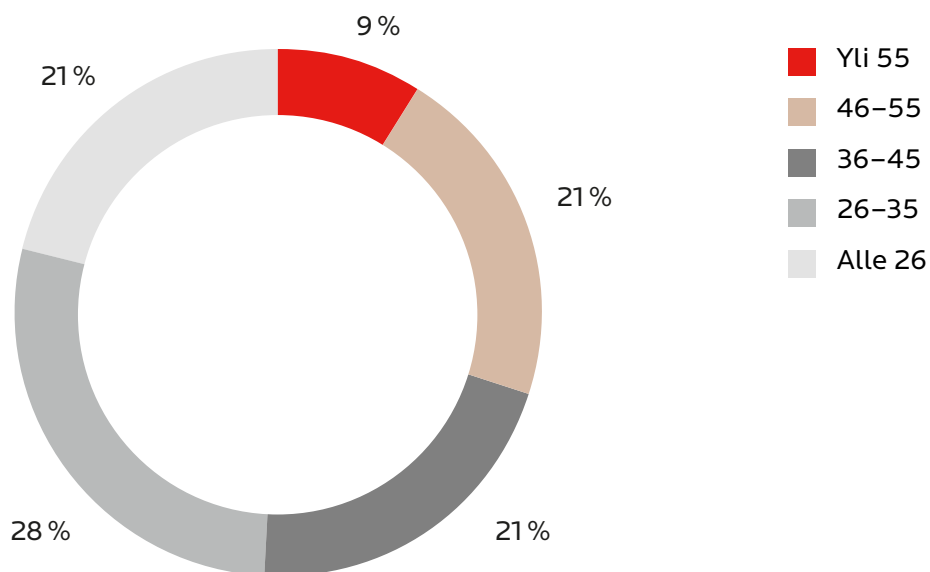
NAISTEN OSUUS TEHTÄVÄRYHMITÄIN



Ikäjakauma

Tarkasteltaessa kaikkia työsuhteita Alkon työntekijöiden ikäjakauma on pysynyt hyvin samankaltaisena jo viimeiset viisi vuotta. Kaikissa ikäryhmissä naiset edustavat enemmistöä. Alkon toistaiseksi voimassa olevassa työsuhteessa oleva miestyöntekijä on keskimäärin 41,1-vuotias ja naistryöntekijä 40,7-vuotias. Alkon työntekijöiden keskimääräinen ikä on 40,8 vuotta toistaiseksi voimassa olevissa työsuhteissa ja kaikissa työsuhteissa 37,7 vuotta. Kausityöntekijöiden keski-ikä on keskimäärin hieman alhaisempi kuin vakituisen henkilöstön. Alle 26-vuotiaiden osuus henkilöstöstä on kahdeksan prosenttia tarkasteltaessa vain toistaiseksi voimassa olevia työsuhteita ilman kausityöntekijöitä.

HENKILÖSTÖN IKÄJAKAUMA KAIKKI TYÖSUHTEET



Perhevapaat

Uusien perhevapaiden määrä on laskenut edellisestä vuodesta 26 prosenttia. Miesten käyttämien vanhempainvapaiden määrä laski vain 2 prosenttia, mutta naisten osalta uusien perhevapaiden määrä laski 35 prosenttia.

Suurin osa miesten hyödyntämistä perhevapaista on isyysvapaata, joka on lyhyempi jakso kuin naisten äitiysloma. Vastaavasti suurin osa vanhempainvapaalle ja hoitovapaalle jäävistä työntekijöistä on naisia. Varsinaista työhönpaluuastetta tai työsuhteen säilymisastetta ei ole raportoitu, mutta suurin osa perhevapailta palaavista työntekijöistä palaa aikaisempaan tehtäväänsä. Vain pieni osa jättää palaamatta esimerkiksi työnantajavaihdoksen vuoksi. Vuoden 2016 lopussa 87 henkilöä oli perhevapailla. Näistä kolme henkilöä oli miehiä ja loput naisia.

Henkilöstön etuudet ja palkitseminen

Alko tarjoaa strategiaa tukevan palkitsemiskokonaisuuden työntekijöilleen. Palkitsemisen kokonaisuuteen kuuluvat peruspalkka, edut sekä koko henkilöstöä koskeva strategiapalkkiojärjestelmä, jonka kautta strategian ja palkitsemisen välinen linkitys tehdään näkyväksi koko henkilöstölle.

Alkon henkilöstökulut olivat 85,7 (85,6) miljoonaa euroa. Palkkoja ja palkkioita maksettiin 69,5 (67,4) miljoonaa euroa. Alkon kaikkien työntekijöiden keskimääräinen vuosipalkka (sis. mahdolliset luontoisedut sekä strategiapalkkion) vuonna 2016 oli 32 846 (30 027) euroa. Palkkasumman kehitys on suoraan suhteessa suurimman henkilöstöryhmän eli myymälätyöntekijöiden tuntimäärän kehitykseen, joka on ollut vuoden 2016 aikana nouseva. Henkilöstön keskimääräinen kokonaisvuosiansio on 7,2 prosenttia toimitusjohtajan kokonaisvuosiansiosta. Mukaan on laskettu kaikki aktiivisessa työsuhteessa koko vuoden 2016 olleet henkilöt työsuhte- ja työaikamuotoon katsomatta.

Alkon myyjien ja myymäläpäälliköiden kohdalla käytetään työehtosopimusten mukaisia palkkaryhmiä ja -taulukkoita. Myös palkkaukseen vaikuttavat tekijät, kuten lisät, kokemusvuodet sekä paikkakunta-kohtaiset kalleusluokat ovat työehtosopimuksissa sovittuja ja koskevat kaikkia työehtosopimusten piiriin kuuluvia työntekijöitä. Pääkonttorin ja aluetoimistojen asiantuntija- ja esimiestehtävissä toimivien palkka määräytyy tehtävän vaatimuksen ohella osaamisen, kokemuksen, suorituksen ja tulosten perusteella. Käytämme toimistotyön vaativuuden arvioinnissa yleisesti käytössä olevaa HAY-luokitusta.

Myymälähenkilökunnan palkkausjärjestelmä uudistus

Alko kehittää yhdessä henkilöstöryhmiensä kanssa palveluyritystä, jossa huippuasiakaskokemus ja yhteisöllisyys ovat keskiössä. Alkon työntekijät toimivat tuloksellisesti, aktiivisesti ja muita tukien osana laajempaa työyhteisöä. Tämän mukaisesti jokaiseen rooliin kohdistuvat odotukset muuttuvat toimintaympäristön vaatimusten mukaisesti.

Alko työnantajana ja myymälätyöntekijöitä edustava Alkon Liikeväki Alv ry saivat päätökseen myyjien palkkausjärjestelmä uudistuksen. 1.9.2016 voimaan astunut palkkausjärjestelmä perustuu seuraaviin osa-alueisiin: tuoteosaaminen, palveluosaaminen, myymäläosaaminen, tehokkaat työtavat ja työyhteisötaidot. Näitä osaamisista vasten työntekijämme arvioidaan vuosittain.

Palkkausjärjestelmä pohjautuu myyjän näkyvän osaamisen arviointiin. Aikaisempi palveluvuosien mukaan määrittyvä palkka oli yksiselitteinen, mutta ei kannustanut oman toiminnan ja osaamisen jatkuvaan kehittämiseen.

Uudistus on suuri muutos, joka heijastaa koko yhtiön strategian mukaisia tavoitteita. Alko elää ajassa ja haluaa vastata asiakkaidensa tarpeisiin monipuolisesti nyt ja tulevaisuudessa.

Naisten ja miesten peruspalkkojen suhde

Suurin osa henkilöstön palkoista määräytyy taulukkopalkkojen perusteella. Kahden vuoden välein tehtävän tasa-arvosuunnitelman osana tarkastellaan myös palkkauksen tasa-arvoa. Viimeisin tarkastelu tehtiin vuonna 2015 edellisen vuoden palkkatoteutusten pohjalta. Sukupuoli ei ole Alkossa palkkaukseen vaikuttava tekijä eikä merkittäviä eroja ole juurikaan havaittu vertailukelpoisten tehtävien osalta.

Henkilöstöetuudet

Alko tarjoaa sekä määräaikaiselle että vakitukselle henkilöstölleen työterveyshuollon, lakisääteiset vakuutukset työtapa- ja ammattitautien varalta, vanhempainvapaamahdollisuudet sekä eläke-etuudet. Lisäksi Alko

tukee työhyvinvoinnin edistämistä ja vapaa-ajantoimintaa. Edut ovat lähtökohtaisesti kaikkien Alkon työntekijöiden käytettävissä (pois lukien matkapuhelin- ja autoetu, jotka ovat tehtäväsidonnaisia).

Hallituksen ja ylimmän johdon palkitseminen

Alkon yhtiökokous päättää vuosittain Alkon hallintoneuvoston, hallituksen ja sen valiokuntien jäsenten palkkiot sekä muut taloudelliset etuudet. Palkkiot maksetaan rahakorvauksina. Varsinaisen yhtiökokouksen päätöksen 19.5.2016 mukaisesti kokouspalkkiona maksetaan läsnäolleille hallintoneuvoston jäsenille hallintoneuvoston kokouksista seuraavasti:

- hallintoneuvoston puheenjohtaja 1 000 euroa
- hallintoneuvoston varapuheenjohtaja 800 euroa
- hallintoneuvoston jäsen 700 euroa

Hallintoneuvosto kokoontui vuonna 2016 kuusi kertaa.

Varsinaisen yhtiökokouksen päättämät palkkiot hallitukselle vuonna 2016:

- hallituksen puheenjohtaja 2 750 euroa kuukaudessa
- hallituksen varapuheenjohtaja 1 300 euroa kuukaudessa
- jäsen 1 100 euroa kuukaudessa
- lisäksi kokouspalkkio 600 euroa

Hallitus kokoontui 11 kertaa. Hallituksen jäsenten osallistumisprosentti hallituksen nimittämien valiokuntien kokouksiin oli 98.

Toimitusjohtajan ja johtoryhmän palkitsemisesta päättää hallitus henkilöstövaliokunnan esityksestä. Johdon palkitsemisessa noudatetaan talouspoliittisen ministerivaliokunnan 13.5.2016 antamaa valtion omistajapolitiikkaa koskevaa periaatepäätöstä.

Työehtosopimukset ja yhteistoiminta

Alkossa työnantajan ja henkilöstön välisellä yhteistoiminnalla on pitkät perinteet. Yhtiö on työnantajana sitoutunut osallistavaan, aktiiviseen ja strategialähtöiseen yhteistoimintaan.

Alkossa noudatetaan kahta työehtosopimusta: Suomen Kaupan liitto ry:n ja myyjä edustavan Alkon Liikeväki ALV ry:n välillä solmittua työehtosopimusta sekä Suomen Kaupan liitto ry:n ja toimihenkilöitä edustavan Alkoholialan Toimihenkilöt ry:n välillä solmittua työehtosopimusta. Yhtiökohtaisia työehtosopimuksia on täydentänyt kaupan alan työehtosopimus. Todettuja työehtosopimuksia noudatetaan kaikkien Alkon työntekijöiden kohdalla ja ne ovat voimassa 31.1.2017 saakka. Työehtosopimusneuvottelut käydään liittotasolla. Alkon Liikeväki ALV ry kuuluu Palvelualojen ammattiliitto PAM:iin ja Alkoholialan Toimihenkilöt ry palkansaajajärjestö Pardiaan.

Alkolle on tärkeää, että sen edunvalvontajärjestön strategia on linjassa yhtiön strategian kanssa. Toimintaympäristö muuttuu jatkuvasti ja yhtiön on kyettävä vastaamaan siihen. Alko päätti joulukuussa 2016 erota Kaupan liitosta, johon yhtiö on kuulunut lokakuusta 1997 alkaen. Sitä ennen yhtiö kuului Erityispalvelujen Työnantaja-liittoon, joka on nyt osa vuonna 2011 perustettua Paltaa. Alko tulee hakemaan Palvelualojen työnantajat Paltan jäsenyyttä 1.7.2017 alkaen. Paltan strategiassa korostuvat digitaalisuus ja sen tuomat mahdollisuudet, vaatimukset työn kehittämiselle sekä kilpailukykyisten työmarkkinoiden tärkeys. Tämä viestii ajassa elämisestä ja uudistumiskyvystä, joten Alko uskoo Paltan olevan hyvä kumppani toimintansa uudistumisvaiheeseen.

Alkossa on työehtosopimusten määrittelemä luottamusmiesjärjestelmä. Alkossa toimii YT-neuvottelukunta, jossa on työnantajan edustajien lisäksi edustajat molemmista työntekijäjärjestöistä. Vuoden 2016 aikana YT-neuvottelukunta kokoontui 11 kertaa. Mahdollisissa uudelleenjärjestelytilanteissa Alko noudattaa lain mukaista vähimmäisilmoitusaikaa.

Vuoden 2016 aikana Alkolla oli tuomioistuimissa vireillä yhteensä kaksi työsuhteriitaa, joista molemmat ovat edelleen kesken: yksi käräjäoikeudessa ja toinen korkeimmassa oikeudessa.

Vahva yhteistoimintakulttuuri on tuonut uusia näkökulmia yhtiön kehittämiseen. Tämä onkin menestyksen edellytys, kun jatkossa Alko palvelee yhä monikanavaisemmin yhä moninaisempia asiakastarpeita. Alkon yhteistoiminnassa asioita käsitellään kokonaisvaltaisesti ja yhteistoimintaneuvottelukunnassa keskustellaan nykyhetken tilanteiden lisäksi runsaasti tulevaisuuden strategian edellyttämistä tavoitteista.

Koulutus ja kehittäminen

Pitkäjänteinen osaamisen kehittäminen on asiakokemuksen onnistumisen tae. Keskimäärin jokainen työntekijä koulutetaan neljä päivää vuodessa.

Vuosi 2016 oli alkolaisten uuden oppimisen vuosi. Monikanavaisuus ja yhteisöllisyys siivittivät myös oppimisen suuntaviivoja – uuden asiasisällön ohella Alkossa opeteltiin uusia työvälineitä, tiedonhankinnan ja asiakaspalvelun tapoja sekä kerrattiin yhdessä onnistumisen perusteita. Alkossa alettiin puhua omajohtajuudesta arkipäivän työskentelyn ohella osaamisen kehittämisen yhteydessä. Omajohtajuus tarkoittaa sitä, että jokainen on itse vastuussa omien tietojensa kasvattamisesta ja osaamisen jakamisesta työkollegoille.

Kirkkaimmin uusi tapa oppia ja omaksua näkyi MyAlko-valmennuksissa. Yhteensä 17 myyjää ja myymäläpäällikköä valmennettiin MyAlko eli monikanavaisen ja yhteisöllisen Alkon valmentajiksi. Heidän johdolla 1 200 alkolaista kokoontui 40 tilaisuuteen jakamaan ajatuksiaan, oppimaan ja rakentamaan aloitteita Alkon tulevaisuuden kannalta keskeisistä, mutta arkipäivän kokoisista teemoista. Valmennukset jatkuvat vielä vuonna 2017, joka entisestään kasvattaa koko henkilöstön kykyä kohdata muutoksia ja uudistua niiden mukana. Jo nyt valmennuksissa ollaan rakennettu uusia tapoja kehittää tuoteosaamista ja löydetty näkökulmia osaamisen arviointiin sekä joustavuuden lisäämiseen työskentelyssä.

Vuonna 2016 panostettiin merkittävästi digitaalisten taitojen kehittämiseen. Alko koulutti 25 digilähettilästä, jotka oman toimenkuvansa rinnalla kiersivät tiimeissä opastamassa uusien laitteiden käytössä ja perehdyttämässä digitaaliseen laajemminkin. MyAlko-valmentajien rinnalla tämä digilähettiläiden joukko rakensi ansiokkaasti innostunutta uudistumisen henkeä koko Alko-yhtiöön.

Palvelu- ja tuotekoulutus otti niin ikään uusia askeleita. Mobiililaitteet nivottiin osaksi lähikoulutustilaisuuksia. Osallistujat tekivät aiempaa enemmän ryhmätöitä, hakivat tietoa tableteilla ja kännyköillä sekä esittelivät tulokset toisille pienryhmille. Yhdessä oppiminen tuotti lukuisia ahaa-elämyksiä: Bordeaux'n viinialueet tulivat tutuksi itse piirtämällä, käyttöyhteydet kirkastuivat lukuisia lähteitä yhteen vetämällä ja asiakkaan kinkkisetkin kysymykset ratkesivat eri myymälöistä koostuvien osallistujaryhmien yhteispohdintoissa. Yksittäisten opiskeltavien tuotteiden määrää vähennettiin ja koulutus keskittyi aiempaa enemmän sesonkeihin, tuoteryhmiin ja viinialueisiin sekä eri ruoka- ja juomakulttuurien erityispiirteisiin. Tämä tuotti tulosta: vaikka tuotekoulutuspäivien määrä maltillisesti laski, asiakkaan kokemus alkolaisten asiantuntemuksesta säilyi yhtä vahvana ja henkilökunta itse koki saaneensa koulutuksesta aiempaa enemmän varmuutta asiakaspalveluun.

Aikaisempina vuosina asiakas kohtaamisen taitojen koulutus on Alkossa järjestetty ulkopuolisen konsultin johdolla. Rikkaasta yhteistyöstä huolimatta asiakas kohtaamisen valmennus otettiin vuonna 2016 omiin käsiin. Joukko aktiivisia ja kehityshaluisia kouluttavia myyjiä valmennettiin tehtävään ja he vetivät syksyllä 2016 uusien alkolaisten asiakaspalvelupäivät onnistuneesti. Samankaltaista rohkeutta tarvittiin, kun myymälät haastettiin harjoittelemaan verkkokauppa-asiakkaan palvelua tekemällä aiheesta video. Alkoinen osaaminen osoitettiin ennakoituakin laaja-alaisemmaksi, kun videoilla laulettiin, näyteltiin, tanssittiin ja esiteltiin käsinukeilla, kuinka verkkokauppa toimii. Kaikki tämä tehtiin näkyväksi ja yhteisölliseksi kaksi vuotta sitten käyttöönotetun yhteisöllisen tiedonjakoon tarkoitetun Yammerin tuella. Sovellus onkin vakiinnuttanut paikkansa osaamisen jakamisen tärkeänä kanavana ja etenkin myymäläverkostossa sovellus tukee tiedon nopeaa jakamista.

Verkkokurssien, Skypessä pidettyjen koulutusten ja perinteisen lähipäivien lisäksi noin 70 myymälätiimiä valmennettiin paikan päällä myymälässä. Nämä valmennukset kohdistuivat juuri niihin teemoihin, jotka tiimit itse kokivat oleellisimmiksi. Myymälävalmennuksissa teoria opiskellaan takahuoneessa ja käytännön harjoittelu tehdään valmennuksen aikana hyllyjen äärellä oikeiden asiakkaiden keskuudessa.

Osaamiskeskustelut ja suorituksen arvioinnit

Tavoite- ja osaamiskeskustelut ovat olennainen osa johtamiskäytänteitä niin suorituksen johtamisen kuin henkilön kehittämisen näkökulmasta. Jokaisen työntekijän kanssa käydään kaksi kertaa vuodessa tavoite- ja osaamiskeskustelut, joiden perustaksi lanseerasimme lanseerattiin tammikuussa 2016 ryhmätavoitekeskustelut. Keskusteluissa asetetaan tavoitteet tiimin ja yksilön työlle ja osaamisen kehittämiseksi sekä seurataan työssä suoriutumista, kehittämistä ja henkilökohtaista työhyvinvointia. Esimiehet ja tiimiläiset keskustelevat säännöll-

lisesti työstä ja työntekijän tilanteesta, rytmi määrittyy työn luonteen mukaan vaihdellen muutamasta kuukaudesta viikkoon.

Jokaisen myyjän kanssa keskusteltiin osaamisesta vuonna 2015 lanseerattujen osaamiskompassi- ja osaamisportaat -työkalujen avulla. Nämä ovat henkilökohtaisen osaamiskeskustelun ja palautteenannon työkaluja, joissa myyjän osaamista verrataan myyjän toimenkuvaan ja oman myymälän osaamistasoon.

Muiden alkolaisten kanssa osaamisista keskusteltiin uusien Alko-osaamisten tukemana. Alko-osaamiset kuvaavat konkreettista toimintaa, jota jokaiselta alkolaiselta odotetaan. Lisäksi käytiin läpi tehtävässä vaadittavia ammatillisia eli sisällöllisiä osaamisia.

Henkilöstötutkimus

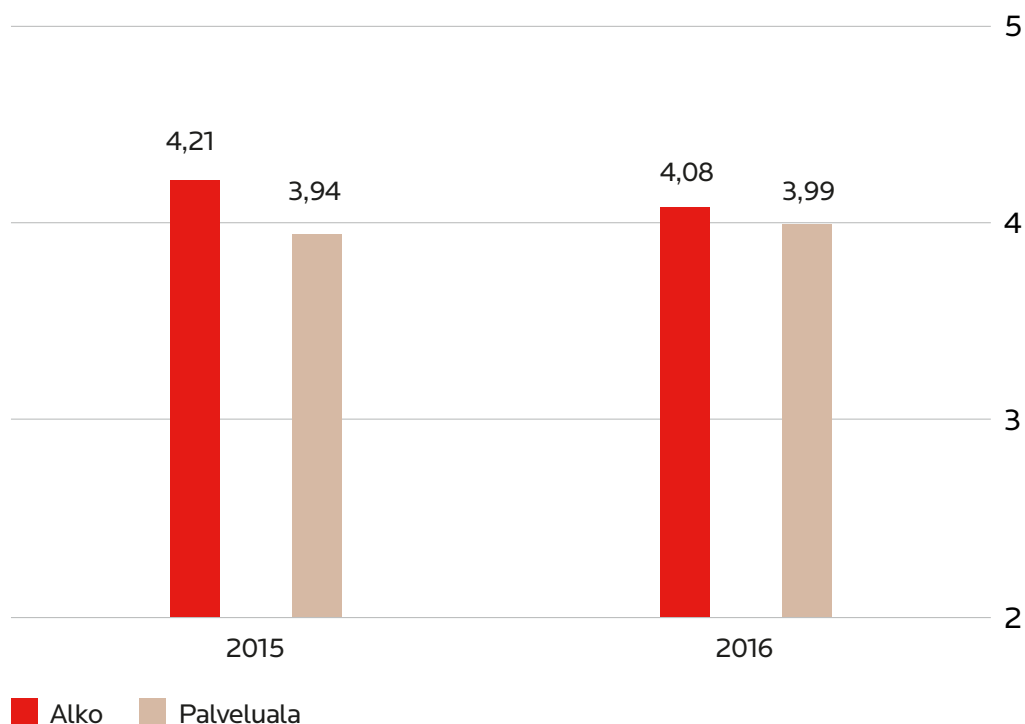
Henkilöstötutkimus antaa palautetta henkilöstön kokemuksista, esimiestyöstä ja johtajuudesta, työyhteisöstä, omasta innostuksesta ja motivaatiosta sekä työvälineistä ja muista työn mahdollistajista.

Henkilöstötutkimus pysyi kysymyssidältään lähes vuoden 2015 kaltaisena ja palveli päivitetyn Paras työ -tavoitteen toteutumisen mittaamista. Henkilöstötutkimukseen lisättiin uudistumiseen liittyviä kysymyksiä, jotta pystymme tarjoamaan tukea niihin tiimeihin, jossa uuden strategian jalkautus vaatii enemmän tukea.

Henkilöstötutkimukseen vastattiin erittäin aktiivisesti. Tuloksissa tapahtui odotetusti pientä laskua, joka johtui useista käynnissä olevista uudistuksista. Sitoutuneisuusindeksin tilalla on siirrytty seuraamaan innostusindeksiä, joka on myös valittu strategiseksi mittariksi Paras työ -strategiaosa-alueelle.

Aikaisemmin vertailuna käytetyssä sitoutuneisuus-indeksissä Alkon tulos ylittää edelleen selvästi palvelualueiden keskimääräisen vertailutason.

ALKON HENKILÖSTÖN SITOUTUNEISUUS VERRATTUNA PALVELUALAAN



Sitoutuneisuusindeksi (vertailuaineisto: Promenade Research)

Strategia tutuksi pelaamalla – MyAlko-peli tuo strategian arjen työtilanteisiin

”Monikanavainen ja yhteisöllinen Alko” eli MyAlko-valmennus on tuonut monimuotoisen lautapelin avulla Alkon strategian osaksi jokaisen alkolaisten arkea. Kevään 2016 ja alkuvuoden 2017 aikana järjestetyissä valmennuksissa alkolaisten ovat yhdessä pelaamalla kasvattaneet omaa ymmärrystään siitä, miten kunkin työ tulee tulevaisuudessa muuttumaan.

MyAlko-valmennuksissa asiantuntijat, myymäläpäälliköt, myymälähenkilökunta ja valmentajat yhdistävät pelin avulla alkolaisten työn sisältöjä strategiaan. Peli on suunniteltu yhdessä henkilöstön, luottamusmiesten ja henkilöstöhallinnon kanssa.



Osallistava peli ohjaa keskustelemaan

MyAlko-peli edistää alkolaisten osallistumista ja sitoutumista yhtiön strategiaan ja muutoksiin peleistä tuttuun toiminnallisuuteen avulla. Valmennus alkaa tiimeihin jakaantumisella ja toimitusjohtaja Hille Korhosen pohjustuksella. Pelin aikana nostettavien korttien avulla tiimit ohjataan keskustelemaan työhön liittyvistä tilanteista, kuten esimerkiksi monikanavaisesta asiakaspalvelusta ja joustavista työnteon tavoista.

Valmennus on saanut positiivista palautetta osallistujilta, sillä peli tuo valmennukseen elämyksellisyyttä. Pelin avulla on myös huomattu, että työyhteisöstä löytyy usein vastaus kysymyksiin ja ongelmiin, kunhan kaikkien erilaiset vahvuudet ja osaaminen tuodaan esille. ”MyAlko-peliä oli hauska pelata, sitä ei edes huomannut olevansa koulutuksessa. Peli on hyvä tapa oppia Alkon strategiaa. Parasta oli kuunnella muiden pelaajien perusteluja vaikeisiinkin kysymyksiin ja samalla sitä oppi itsekin uutta”, toteaa myyjä Seija Antus Vaasasta.



”MyAlko-valmennuksessa innosti erityisesti sen innovatiivinen toteuttamistapa: miten mainio keino tuoda teoreettista asiasisältöä helpommin omaksuttavampaan muotoon! Strategiapelin kehittäjät olivat onnistuneet hienosti tuomaan joskus melko etäisiksi jäävät strategiset tavoitteet lähelle myymälähenkilökunnan arkityötä, ja konkreettiset myymälätyöhön liittyvät esimerkit olivat omiaan herättämään aktiivista keskustelua pelaajien kesken. Erityisen hyvin pelissä oli huomioitu tuleva verkkokauppauudistus sekä monikanavaisuus, jotka ovat yhtiömme tämän hetkisten strategisten tavoitteiden kannalta erittäin oleellisia. Omasta mielestäni erityisen opettavaista oli käsitellä sellaisia pelissä olleita kysymyksiä, jotka vaativat syvällistä pohdintaa, ja joissa oli tulkinnallisesti useampi kuin yksi varteenotettava oikea vastaus.”

Mona Mäkelä, myyjä, Tampere



Työhyvinvointi ja -turvallisuus

Alkossa työhyvinvointiin on aina panostettu merkittävästi. Työhyvinvointi ei ole erillistä tekemistä vaan luonteva osa kaikkea Alkossa tehtävää työtä. Työhyvinvointi mahdollistaa omalta osaltaan strategisten tavoitteiden toteutumisen.

Vuoden 2016 aikana otettiin käyttöön uusia tavoite- ja osaamiskeskustelun malleja. Monimymälätyöskentely, jota pilotoitiin vuoden 2016 aikana, mahdollisti myös osaamisen kehittämisen ja jakamisen laajemmassa työyhteisössä.

Kaikki alkolaiset osallistuivat MyAlko-valmennuksiin, jotka toteutettiin pelillistämisen keinoin. MyAlko-peli tuo Alkon strategian yhteiseen, osallistavaan keskusteluun arkipäivän tilanteiden kautta ja rakentaa arkeen ulottuvia oivalluksia strategian mukaisen uudistumisen teemoista.

Terveiden ja työkyvyn osalta varhaisen välittämisen malli ja päihdeohjelma päivitettiin. Molempia malleja selkiytettiin niin, että tarvittaessa ne tukevat haastavassa tilanteessa toimimista entistä paremmin. Painopiste on mahdollisimman varhaisessa puuttumisessa tavoitteena varmistaa varhaisen avun saaminen haastavassa tilanteessa. Päihdeohjelman päivitys linkittyy viime vuonna käynnistettyyn Selvästi hyvää työtä -projektiin, jonka puitteissa julkaistiin muun muassa Selvästi hyvää työtä -videoita. Alko käynnisti myös uudenlaisen, entistä vaikuttavamman työterveyshuoltoyhteistyön, jonka myötä tehtiin muun muassa sähköinen terveystarkastus, ja siihen liittyvät henkilökohtaiset terveyden edistämisen jatkopolut.

Työhyvinvoinnin näkökulmasta esimiesten työ on merkittävää ja tähän osa-alueeseen panostetaan jatkuvasti niin yritys- kuin yksilötasollakin. Vuoden 2016 aikana käynnistyi eritasoisia kehitysohjelmia, joissa haettiin yhteisiä toimintatapoja ja parhaita käytäntöjä tukemaan johtajuutta ja esimiestyön kehittymistä.

Alko tukee henkilöstön eri elämäntilanteita ja -vaiheita työuralla. Tähän liittyen pilotoitiin "Eläköitymisen tuki"- ja "Draivia työelämään" -valmennukset tukemaan työuran loppuvuosia ja eläköitymistä.

Työsuojelu

Työsuojelun yhteistoimintaa varten Alkossa toimii yhtiötason työsuojelutoimikunta. Toimikunnassa myyjillä on neljä edustajaa: toimihenkilöillä kaksi ja työnantajalla kaksi. Lisäksi työterveyshuollon edustaja osallistuu kokouksiin tarvittaessa. Työsuojelutoimikunnan tehtävät on määritelty työsuojelulaissa ja -sopimuksissa, jotka on solmittu työnantajan ja molempien työntekijäjärjestöjen kanssa.

Työsuojelutoimikunta kokoontui viisi kertaa vuonna 2016. Lisäksi työsuojeluorganisaatio kokoontui kaksi kertaa työsuojelupäiville kehittämään toimintaansa. Alko kiinnitti erityistä huomiota terveellisiin työtapoihin, työsuojeluorganisaation tunnettuuden lisäämiseen, toimivan ja terveen työympäristön ja -yhteisön kehittämiseen sekä jokaisen oman turvallisuusvastuun tiedostamiseen toimenpiteiden ja raportoinnin osalta.

Työtapaturmat ja ammattitaudit

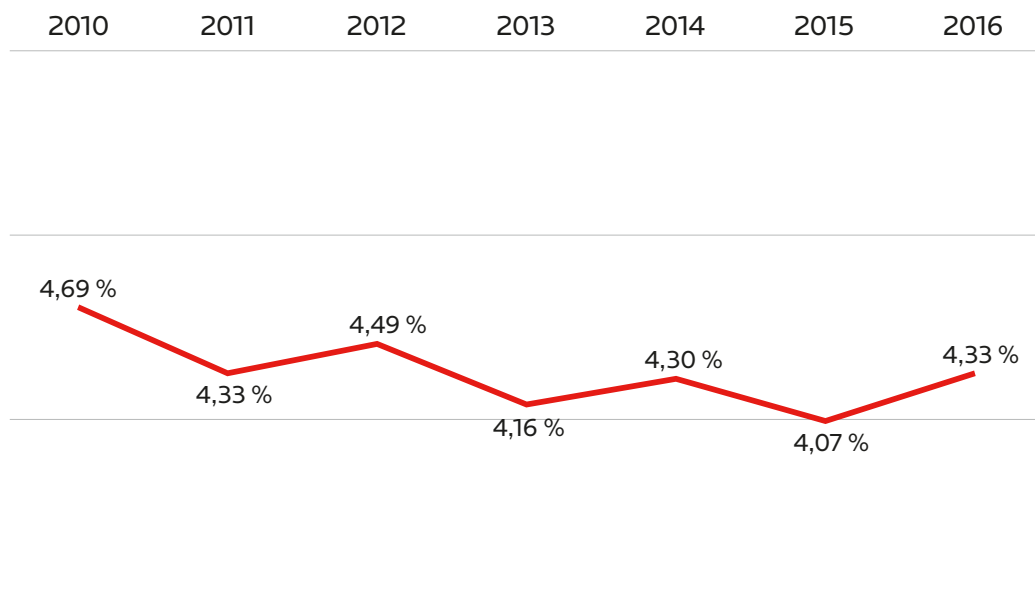
Alko panostaa vahvasti työntekijöiden ohjaukseen ja työhön liittyvien riskien ennaltaehkäisyyn. Vuonna 2016 Alkossa tapahtui yhteensä 99 (113) työtapaturmaa, joista 20 (37) työmatkalla. Sekä työssä että työmatkoilla tapahtuneiden tapaturmien lasku oli merkittävä. Tapaturmien laskun taustalla on säännöllinen ja jatkuva turvallisuusviestintä sekä käytäntöön viety tapaturmatutkimus. Tapaturmat aiheuttivat keskimäärin 4 (5) päivän poissaolon. Yhtään ammattitautia ei raportoitu vuoden 2016 aikana. Myöskään yhtään työhön liittyvää kuolemantapausta ei sattunut vuoden 2016 aikana.

Yleisimmät tapaturmien aiheuttajat Alkossa ovat kuormien purkamisen yhteydessä sattuneet nostamiseen liittyvät tuki- ja liikuntaelimiin kohdistuvat tapaturmat. Työmatkoilla tyypillisimmät tapaturmien aiheuttajat ovat liukastumiset ja kaatumiset.

Sairauspoissaolot

Alkossa ei ole tehtäviä, joissa työskentelevillä henkilöillä olisi riski sairauksille. Sairauspoissaolot ovat jonkin verran nousseet vuoden takaiseen. Sairauspoissaoloprosentti oli 4,33 (4,07 %). Yhtä henkilötyövuotta kohden sairauspäiviä oli 10,7 (9,9).

SAIRAUSPOISSAOLAJEN KEHITTYMINEN



Sairauspoissaoloprosentti

Suurin osa sairauspoissaaloista on lyhyitä (alle 30 pv kestäviä) ja noin 4,4 prosenttia (6,7 %) sairauspoissaoloista on pitkiä (30 pv tai pidempiä). Pitkien sairauslomien määrä on vähentynyt edellisestä vuodesta, samoin niiden keskimääräinen kesto.

Suurimpana yksittäisenä sairauspoissaolon syynä ovat myös vuonna 2016 tuki- ja liikuntaelinsairaudet, joiden määrä on kuitenkin laskenut edellisestä vuodesta. Jatkamme edelleen tuki- ja liikuntaelinvaivojen systemaattista ja johdonmukaista ennaltaehkäisyä muun muassa ergonomiatyöllä.

Vuoden 2016 aikana olemme jatkaneet työkykyjohtamisen vahvistamista ottamalla käyttöön uusia työterveyshuollon toimintamalleja, joissa painopiste on entistä enemmän ennaltaehkäisevässä ja vaikuttavassa työterveyshuollossa. Vuoden 2017 aikana kehitämme edelleen työkykyjohtamiseen liittyviä toimintamalleja ja vahvistamme päivitetyn varhaisen välittämisen mallin jalkautumista muun muassa tuomalla esimiesten käyttöön tätä tukevan järjestelmän.



Hallinnointiperiaatteet

Alko Oy on valtion omistama osakeyhtiö. Alko Oy:n toiminnan perustana ovat alkoholilaki (1143/1994), asetus alkoholiyhtiön toiminnasta (243/2000), osakeyhtiölaki ja yhtiöjärjestys.

Alko Oy:n hallinnointiperiaatteet

Alkoholilain mukaan Alko Oy:n tehtävänä on huolehtia sille eräin poikkeuksin yksinoikeudeksi säädetystä alkoholijuomien vähittäismyynnistä siten, että tavoitteena on alkoholin kulutuksesta aiheutuvien haittojen ehkäiseminen. Sosiaali- ja terveysministeriö vastaa Alko Oy:n omistajaohjauksesta ja valvonnasta Alko Oy:lle laissa määritellyn erityistehtävän vuoksi. Sosiaali- ja terveysministeriö noudattaa valtion yhtiöomistuksesta ja omistajaohjauksesta annettua lakia (1368/2007) ja tekee yhteistyötä valtioneuvoston kanslian omistajaohjaus-osaston kanssa.

Alkon 15.6.2016 hyväksyttyihin hallinnointiperiaatteisiin ei ole kirjattu GRI G4 -raportointiohjeen mukaisia hallinnointiin liittyviä vaateita. Osa näistä lisäselvityksistä on yhteiskuntavastuuraportissamme kunkin aiheen kohdalla (esim. sosiaalisen vastuun asiat),osa on GRI-indeksiluettelossa sekä erillisessä G4-selvityksessä.

ORGANISAATIO



Yhtiökokous ja hallintoneuvosto

Yhtiökokous

Alko Oy:n varsinainen yhtiökokous on pidettävä vuosittain kesäkuun loppuun mennessä. Sosiaali- ja terveysministeriö määrää yhtiökokousedustajan. Yhtiökokous päättää osakeyhtiölain mukaan sille kuuluvista asioista, kuten tilinpäätöksen vahvistamisesta, voitonjaosta, vastuuvapaudesta, hallintoneuvoston jäsenten palkkioista, hallituksen jäsenten valinnasta ja palkkioista, tilintarkastajien valinnasta ja palkkioista sekä yhtiöjärjestyksen muuttamisesta. Alko Oy:n hallitus päättää yhtiökokouksen koollekutsumisesta. Kokouskutsu ja asialista toimitetaan viimeistään viikkoa ennen yhtiökokousta.

Hallintoneuvosto

Alkon hallintoneuvostossa on kaksitoista jäsentä, jotka valtioneuvosto määrää neljäksi kalenterivuodeksi kerrallaan. Valtioneuvosto nimeää myös puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan. Hallintoneuvoston tehtävät on määrätty alkoholilaissa ja Alkon yhtiöjärjestyksessä.

Hallintoneuvoston tehtäviä ovat:

- valvoa, että yhtiön asioita ja hallintoa hoidetaan terveiden liikeperiaatteiden mukaan kannattavuutta silmällä pitäen ja että lakia ja yhtiöjärjestyksen määräyksiä sekä yhtiökokouksen päätöksiä ja muita vahvistettuja ohjeita noudatetaan
- antaa hallitukselle ohjeita laajakantoisissa ja periaatteellisesti tärkeissä asioissa
- seurata alkoholiolojen kehitystä sekä kotimaassa että ulkomailla ja antaa tämän perusteella yleisiä ohjeita alkoholiyhtiön toiminnan kehittämiseksi
- vahvistaa alkoholiyhtiöstä annetun asetuksen 1§:n (243/2000) mukainen toimintasuunnitelma alkoholihaittojen ehkäisemiseksi
- antaa alkoholilain 36 §:n 1 momentin 2 kohdassa tarkoitettu kertomus yhtiön vähittäismyynnin kehityksestä ja niistä toimenpiteistä, joihin yhtiö on ryhtynyt alkoholilain edellyttämällä tavalla ja
- antaa varsinaiselle yhtiökokoukselle lausuntonsa yhtiön tilinpäätöksen ja tilintarkastuksen johdosta.

Alkon hallintoneuvostoon kaudella 2016–2019 kuuluivat puheenjohtaja Vesa-Matti Saarakkala, varapuheenjohtaja Anna-Maja Henriksson sekä jäsenet Tuula Haatainen, Susanna Huovinen, Antti Kaikkonen, Pauli Kiuru, Osmo Kokko, Ulla Parviainen, Aino-Kaisa Pekonen, Tuomo Puumala, Päivi Räsänen ja Sari Sarkomaa. Sosiaali- ja terveysministeriötä hallintoneuvostossa edustaa johtaja Kari Paaso. Sosiaali- ja terveysministeriön edustuksesta yhtiön hallintoneuvostossa säädetään alkoholilain 38 §:ssä. Hallintoneuvosto kokoontuu keskimäärin kuusi kertaa vuodessa.

Hallitus ja valiokunnat

Hallituksen tehtävänä on huolehtia yhtiön hallinnosta ja toiminnan asianmukaisesta järjestämisestä lain ja yhtiöjärjestyksen sekä yhtiökokousten päätösten ja hallintoneuvoston antamien ohjeiden mukaisesti.

Hallitus

Yhtiökokous valitsee hallitukseen puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan lisäksi kolmesta kuuteen jäsentä. Hallituksen jäsenen toimikausi kestää valitsemista ensiksi seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päättymiseen saakka. Kokouksiin osallistuu kaksi henkilöstön edustajaa. Hallitus kokoontuu puheenjohtajan tai hänen ollessaan estynyt varapuheenjohtajan kutsusta.

Hallituksen työssä noudatettavat periaatteet on vahvistettu hallituksen hyväksymässä työjärjestyksessä.

Hallituksen keskeisiä tehtäviä ovat mm.

- hoitaa yhtiötä yhtiökokouksen päätösten, osakeyhtiölain ja yhtiöjärjestyksen mukaisesti
- hoitaa yhtiötä alkoholisäädösten mukaisesti vahvistaa yhtiön strategia
- hyväksyä vuosittainen toimintasuunnitelma ja budjetti sekä valvoa niiden toteutumista
- hyväksyä merkittävät investoinnit sekä kiinteistöosakkeiden hankinnat ja myynnit
- vahvistaa sisäisen valvonnan periaatteet ja valvoa niiden toteuttamista ja valvonnan riittävyyttä
- vahvistaa riskienhallinnan periaatteet
- vahvistaa sisäisen tarkastuksen toimintaohje ja vuosisuunnitelma
- seurata tilintarkastajien riippumattomuutta ja toimintaa
- valmistella tilintarkastajien valintaa koskeva esitys yhtiökokoukselle
- käsitellä ja hyväksyä osavuositarkastukset, toimintakertomus ja tilinpäätös
- päättää yhtiön organisaatorakenteesta ja johtamisjärjestelmästä
- nimittää ja vapauttaa tehtävistään toimitusjohtaja, toimitusjohtajan sijainen ja muut johtoryhmän jäsenet
- päättää toimitusjohtajan ja johtoryhmän jäsenten palkka ym. työsuhte-etuuksista
- päättää johdon ja henkilöstön kannustinjärjestelmästä
- päättää henkilöstöpolitiikan strategiset linjaukset osana yhtiön strategiaa
- käsitellä yhtiön henkilöstötutkimusten tulokset
- vahvistaa yhtiön hallinnointiperiaatteet, hallituksen työjärjestys ja valiokuntien työjärjestykset sekä tarkistaa niiden sisältö vuosittain
- käsitellä hallituksen valiokuntien raportit
- käsitellä hallituksen jäsenten ja toimitusjohtajan esittämät asiat
- käsitellä viranomaisvalvontaan liittyvät asiat.

Yhtiökokous valitsi 19.5.2016 Alkon hallituksen puheenjohtajaksi Harri Sailaksen, varapuheenjohtajaksi Kirsi Varhila ja jäseniksi Sari Aalto-Matturin, Juhani Eskolan, Leila Kostiaisen, Kuisma Niemelän ja Jarmo Väisäsen. Hallituksen kokouksiin ilman äänioikeutta osallistuvat henkilöstön edustajat Riina Väntsi ja Mikko Eronen.

Hallitus kokoontuu keskimäärin yksitoista kertaa vuodessa. Hallituksen jäsenet ovat riippumattomia yhtiöstä. Kirsi Varhila on virkasuhteessa sosiaali- ja terveysministeriöön ja Jarmo Väisänen valtioneuvoston kanslian omistajaohjausosastoon. Toimitusjohtaja Hille Korhonen, talousjohtaja Anton Westermarck ja hallituksen sihteerinä yhtiölakimies Jonna Björklund osallistuvat hallituksen kokouksiin.

Hallituksen valiokunnat

Alko Oy:n hallituksella on kolme valiokuntaa: tarkastus-, henkilöstö- sekä alkoholipoliittinen valiokunta. Hallitus nimittää valiokuntien puheenjohtajan ja jäsenet. Hallitus on vahvistanut kaikille valiokunnille työjärjestykset, jotka sisältävät valiokuntien keskeiset tehtävät ja periaatteet.

Tarkastusvaliokunta

Tarkastusvaliokunta avustaa yhtiön hallitusta sille kuuluvien valvontatehtävien hoitamisessa.

Tarkastusvaliokunnan tehtävänä on

- valvoa taloudellista raportointiprosessia
- arvioida sisäisen valvonnan ja riskien hallinnan riittävyttä ja toimivuutta
- valvoa sisäisen tarkastuksen toimintaa
- käsitellä ja arvioida tilintarkastukseen ja tilintarkastajiin liittyvät asiat
- valvoa lakien, määräysten ja muiden säännösten noudattamista.

Valiokunta koostuu vähintään kolmesta ja enintään viidestä hallituksen jäsenestä. Puheenjohtajalla tulee olla riittävä laskentatoimen tuntemus. Toimitusjohtaja ja talousjohtaja toimivat valiokunnan esittelijöinä ja tarkastusjohtaja sekä tarkastuspäällikkö 1.4.2016 alkaen valiokunnan sihteerinä. Tarkastusvaliokunta kokoontuu noin viisi kertaa vuodessa.

Tarkastusvaliokuntaan kuuluvat puheenjohtaja Kuisma Niemelä, jäsenet Leila Kostiainen ja Jarmo Väisänen, esittelijät Hille Korhonen ja Anton Westermarck sekä sihteerinä Heli Riivari 31.3.2016 saakka ja Sirkku Karjalainen 1.4.2016 alkaen.

Henkilöstövaliokunta

Henkilöstövaliokunnan tehtävänä on hallitusta avustaakseen valvoa ja valmistella yhtiön henkilöstöpolitiikkaa ja -käytäntöä, organisaation kehittämistä sekä lisäksi avustaa hallitusta kaikissa palkitsemisjärjestelmiin ja työsuhteisiin liittyvissä tehtävissä. Valiokunta koostuu kolmesta hallituksen jäsenestä. Yhtiön toimitusjohtaja toimii valiokunnan esittelijänä ja henkilöstöjohtaja sihteerinä. Henkilöstövaliokunta kokoontuu keskimäärin viisi kertaa vuodessa.

Henkilöstövaliokuntaan kuuluvat puheenjohtaja Harri Sailas, jäsenet Leila Kostiainen ja Jarmo Väisänen. Valiokunnan esittelijänä toimii Hille Korhonen ja sihteerinä Tytti Bergman.

Alkoholipoliittinen valiokunta

Alkoholipoliittisen valiokunnan tehtävänä on avustaa ja tukea yhtiön hallitusta neuvoa-antavana toimijana alkoholilain ja -asetuksen mukaisissa sosiaali- ja terveystieteiden tavoitteiden saavuttamisessa. Valiokunta koostuu kolmesta-neljästä hallituksen jäsenestä. Lisäksi valiokunnan kokouksiin osallistuu tarvittaessa sosiaali- ja terveysministeriön asiantuntija. Yhtiön toimitusjohtaja toimii valiokunnan esittelijänä ja viestintäjohtaja toimii valiokunnan sihteerinä. Alkoholipoliittinen valiokunta kokoontuu keskimäärin neljä kertaa vuodessa.

Alkoholipoliittiseen valiokuntaan kuuluvat puheenjohtaja Kirsi Varhila, jäsenet Sari Aalto-Matturi, Juhani Eskola ja Kuisma Niemelä sekä kutsuttaessa asiantuntijana Ismo Tuominen (STM). Valiokunnan esittelijänä toimii Hille Korhonen sekä sihteerinä Maritta Iso-Aho

Hallituksen jäsenet



Harri Sailas

s. 1951
hallituksen puheenjohtaja
ekonomi
hallituksessa vuodesta 2014

Luottamustoimet:

Finavia Oyj, hallituksen puheenjohtaja (2015–)
Finnvera Oyj, hallituksen jäsen (2015–)
Solidium Oy, hallituksen puheenjohtaja (1.8.2016–)
Helsingin Diakonissalaitoksen säätiö, valtuuskunnan jäsen (2015–)
Helsingin kauppakorkeakoulun tukisäätiön valtuuskunta, varapuheenjohtaja (2014–)



Kirsi Varhila

s. 1961
hallituksen varapuheenjohtaja
valtiotieteiden maisteri
ylijohtaja, sosiaali- ja terveysministeriö
hallituksessa vuodesta 2014

Luottamustoimet:

Huoltovarmuuskeskus, hallituksen jäsen (2014–)



Sari Aalto-Matturi

s. 1966
hallituksen jäsen
valtiotieteen lisensiaatti
Suomen mielenterveysseura,
toiminnanjohtaja
hallituksessa vuodesta 2012

Luottamustoimet:

SOSTE Suomen sosiaali- ja terveys ry, varapuheenjohtaja (2015–), jäsen (2012–)
A-klinikkasäätiö, valtuuskunnan jäsen (2013–)
Sosiaalipedagogiikan säätiö, hallituksen jäsen (2012–)
Suomen Kansanterveysyhdistys ry, hallituksen jäsen (2016–)
Kantele Oy, hallituksen jäsen (2016–)
Kanresta Oy, hallituksen jäsen (2016–)
Mental Health Europe, hallituksen jäsen (2016–)



Juhani Eskola

s. 1951
hallituksen jäsen
lääketieteen ja kirurgian tohtori
Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitoksen
pääjohtaja
hallituksessa vuodesta 2015



Leila Kostiaainen

s. 1950
hallituksen jäsen
oikeustieteen kandidaatti
hallituksessa vuodesta 2012

Luottamustoimet:

Väinö Tannerin säätiö, hallituksen jäsen (2009–)
Lexman Oy, hallituksen jäsen (1995–)
Lainsäädännön arviointineuvoston jäsen (2016–)



Kuisma Niemelä

s. 1958
hallituksen jäsen
filosofian maisteri, KTT h.c.
hallituksessa vuodesta 2014

Luottamustoimet:

Oriola KD Oyj, hallituksen jäsen (2014–)
Joutsen Finland Oy, hallituksen jäsen (2014–)
Puls Nutrition Oy, hallituksen puheenjohtaja (2014–)
Fresto Group Oy, hallituksen puheenjohtaja (2015–)
Partiosäätiö - Scoutstiftelsen rs, hallintoneuvoston jäsen (2013–)

Hallituksen jäsenet



Jarmo Väisänen

s. 1951
hallituksen jäsen valtiotieteen
lensiaatti
finanssineuvos, valtioneuvoston
kanslia
hallituksessa vuodesta 2014

Luottamustoimet:

Finrail Oy, hallituksen jäsen (2015–)
Suomen Erillisverkot Oy, hallituksen
puheenjohtaja (2011–)
Gasum Oy, hallituksen jäsen (2016–)



Mikko Eronen

s. 1978
Alkon Liikeväki ALV ry:n vt.
puheenjohtaja, varapuheenjohtaja
(20.11.2016 alkaen puheenjohtaja)

Henkilöstön edustaja



Riina Väntsi

s. 1973
Alkoholialan Toimihenkilöt ry:n
puheenjohtaja

Henkilöstön edustaja

Johtoryhmä

Alkolla on johtoryhmä, johon kuuluu kahdeksan jäsentä.

Johtoryhmän toiminnan kuvaus

Alkolla on johtoryhmä, johon kuuluu kahdeksan jäsentä. Alkon hallitus nimittää toimitusjohtajan, toimitusjohtajan sijaiset ja muut johtoryhmän jäsenet. Alko Oy:n johtoryhmä avustaa toimitusjohtajaa yhtiön johtamisessa sekä yhtiön strategisten ja operatiivisten tavoitteiden saavuttamisessa. Johtoryhmä valmistelee yhtiön strategian, toimintasuunnitelman ja budjetin sekä muut hallitukselle esiteltävät asiat. Johtoryhmän tehtävänä on seurata tulokehitystä, liiketoimintaa ja operatiivisten päätösten toteutumista.

Yhtiön johtoryhmään kuuluvat toimitusjohtaja Hille Korhonen, toimitusjohtajan sijainen, liiketoimintajohtaja, myymäläverkosto Kari Pennanen, ostojohtaja Minna Alitalo, henkilöstöjohtaja Tytti Bergman, viestintäjohtaja Maritta Iso-Aho, liiketoimintajohtaja, verkkokauppa Paula Kujansivu, asiakaspalvelujohtaja Pekka Litmanen ja talousjohtaja Anton Westermarck. Johtoryhmä kokoontuu säännöllisesti, keskimäärin kaksi kertaa kuukaudessa.

Yhtiön kaikki johtoryhmän jäsenet ja muut avainhenkilöt antoivat ilmoituksen sidonnaisuuksistaan. Saatujen selvitysten perusteella kaikki johtoryhmän edustajat ja nimetyt avainhenkilöt ovat riippumattomia yhtiön sidosryhmistä.

Toimitusjohtaja

Toimitusjohtajan tehtävänä on johtaa yhtiön liiketoimintaa lain, yhtiöjärjestyksen ja hallituksen antamien ohjeiden mukaisesti. Hän huolehtii myös yhtiökokouksen, hallintoneuvoston ja hallituksen päätösten täytäntöönpanosta. Toimitusjohtajalla on sijainen. Toimitusjohtaja Hille Korhosen toimitusuhteen ehdot on määritelty hallituksen hyväksymässä, kirjallisessa toimitusjohtajasopimuksessa.

Toimitusjohtajan eläke-etuudet määräytyvät työntekijän eläkelain mukaisesti. Toimitusjohtajan palvelussuhteessa noudatettava irtisanomisaika on kuusi kuukautta ja hänelle irtisanomisajan palkan lisäksi maksettava erokorvaus vastaa kuuden kuukauden palkkaa, jos työsuhte päätetään hänestä riippumattomasta syystä.

Johtoryhmät jäsenet



Hille Korhonen

s. 1961
tekniikan lisensiaatti
toimitusjohtaja
yhtiön palveluksessa vuodesta 2013



Minna Alitalo

s. 1962
ekonomi ja kauppatieteiden maisteri
ostojohtaja
yhtiön palveluksessa vuodesta 2009



Tytti Bergman

s. 1969
kauppatieteiden maisteri
henkilöstöjohtaja
yhtiön palveluksessa vuodesta 2013



Maritta Iso-Aho

s. 1964
hallintotieteiden maisteri, eMBA
viestintäjohtaja
yhtiön palveluksessa vuodesta 2008



Paula Kujansivu

s. 1976
Dosentti, tekniikan tohtori, filosofian
maisteri
liiketoimintajohtaja, verkkokauppa
yhtiön palveluksessa vuodesta 2012



Pekka Litmanen

s. 1980
BBA, MBA
asiakaspalvelujohtaja
yhtiön palveluksessa vuodesta 2016



Kari Pennanen

s. 1964
yhteiskuntatieteiden maisteri, eMBA, Kjs
liiketoimintajohtaja, myymäläverkosto
yhtiön palveluksessa vuodesta 1989



Anton Westermarck

s. 1968
kauppatieteiden maisteri
talousjohtaja
yhtiön palveluksessa vuodesta 2014

Palkka- ja palkkioselvitys 2016

Alkon palkitsemisjärjestelmällä tuetaan strategisten tavoitteiden toteutumista.

Varsinaisen yhtiökokouksen päätöksen 19.5.2016 mukaisesti kokouspalkkiona maksetaan läsnä olleille hallintoneuvoston jäsenille hallintoneuvoston kokouksista seuraavasti:

- hallintoneuvoston puheenjohtaja 1 000 euroa
- hallintoneuvoston varapuheenjohtaja 800 euroa
- hallintoneuvoston jäsen 700 euroa

Hallintoneuvosto kokoontui vuonna 2016 kuusi kertaa ja sen jäsenten osallistumisprosentti hallintoneuvoston kokouksiin oli seuraava:

Hallintoneuvoston jäsen	Osallistuminen kokouksiin, %	Palkkiot, euroa
Vesa-Matti Saarakkala, pj	100 %	6 000
Anna-Maja Henriksson, vpj	100 %	4 800
Tuula Haatainen, jäsen	83 %	3 500
Susanna Huovinen, jäsen	50 %	2 100
Antti Kaikkonen, jäsen	83 %	3 500
Pauli Kiuru, jäsen	100 %	4 200
Osmo Kokko, jäsen	50 %	2 100
Ulla Parviainen, jäsen	83 %	3 500
Aino-Kaisa Pekonen, jäsen	67 %	2 800
Tuomo Puumala, jäsen	100 %	4 200
Päivi Räsänen, jäsen	83 %	3 500
Sari Sarkomaa, jäsen	100 %	4 200
Yhteensä	83 %	44 400

Palkkiot on ilmoitettu vuoden aikana pidettyjen kokousten mukaisesti.

Palkkiot on ilmoitettu vuoden aikana pidettyjen kokousten mukaisesti. Varsinaisten yhtiökokousten päättämät palkkiot hallitukselle vuonna 2016:

- hallituksen puheenjohtaja 2 750 euroa kuukaudessa
- hallituksen varapuheenjohtaja 1 300 euroa kuukaudessa
- jäsen 1 100 euroa kuukaudessa
- lisäksi kokouspalkkio 600 euroa.

Hallitus kokoontui 11 kertaa ja sen jäsenten osallistumisprosentti hallituksen kokouksiin oli seuraava:

Hallituksen jäsen	Osallistuminen hallituksen kokouksiin, %	Kuukausi-palkkiot, euroa	Hallituksen kokouspalkkiot, euroa	Valiokuntien kokouspalkkiot, euroa	Palkkiot yhteensä, euroa
Harri Sailas, pj	100 %	33 000	6 600	2 400	42 000
Kirsi Varhila, vpj	100 %	15 600	6 600	1 800	24 000
Sari Aalto-Matturi, jäsen	100 %	13 200	6 600	2 400	22 200
Juhani Eskola, jäsen	100 %	13 200	6 600	2 400	22 200
Leila Kostiainen, jäsen	100 %	13 200	6 600	5 400	25 200
Kuisma Niemelä, jäsen	100 %	13 200	6 600	5 400	25 200
Jarmo Väisänen, jäsen	100 %	13 200	6 600	5 400	25 200
Yhteensä	100 %	114 600	46 200	25 200	186 000

Palkkiot on ilmoitettu vuoden aikana pidettyjen kokousten mukaisesti.

Hallituksen jäsenten osallistumisprosentti hallituksen nimittämien valiokuntien kokouksiin oli 98 prosenttia.

Johtoryhmän ja henkilökunnan strategiapalkkiojärjestelmä

Alko Oy:n palkitsemisjärjestelmillä tuetaan strategisten tavoitteiden toteutumista. Hallitus päättää vuosittain henkilöstövaliokunnan valmisteleman esityksen pohjalta henkilökunnan ja johtoryhmän strategiapalkkiojärjestelmien periaatteet ja tulostavoitteet. Hallitus hyväksyy vuosittain toteutuvat palkkiot.

Henkilökunnan strategiapalkkiojärjestelmän tarkoituksena on kannustaa alkolaisia toimimaan strategisten tavoitteiden (asiakaskokemus, vastuullisuus, paras työ, toiminnan tehokkuus) saavuttamiseksi. Lähtökohtana on yhtiö- ja aluekohtainen palkitseminen, joka palkitsee yhteisten tavoitteiden saavuttamisesta. Pääkonttorin henkilöstöllä osa palkkiosta muodostuu myös omien ja yksikön tavoitteiden saavuttamisesta. Vuoden 2016 strategiapalkkio on työnkuvasta riippuen enintään 6–12 prosenttia vuosipalkasta.

Johtoryhmän strategiapalkkiojärjestelmä perustuu yhtiön strategiasta valittuihin tavoitteisiin (asiakaskokemus, vastuullisuus, paras työ ja toiminnan tehokkuus) ja niiden toteutumista kuvaaviin mittareihin. Vuoden 2016 strategiapalkkio on enintään 15 prosenttia vuosipalkasta.

Toimitusjohtajan ja johtoryhmän palkitseminen

Toimitusjohtajan ja johtoryhmän palkitsemisesta päättää hallitus henkilöstövaliokunnan esityksestä. Johdon palkitsemisessa noudatetaan talouspoliittisen ministerivaliokunnan 13.5.2016 antamaa valtion omistajapolitiikkaa koskevaa periaatepäätöstä.

	Kokonaispalkka, euroa (rahapalkka)		Lyhyen aikavälin kannustinpalkkio maksu vuosittain, euroa		Luontaisetuudet		Yhteensä, euroa (rahapalkka + kannustinpalkkio + luontaisetuudet)	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015
Toimitusjohtaja	383 391	381 939	52 946	31 314	17 490	18 835	453 827	432 088
Muu johtoryhmä	1 164 026	1 002 966	120 212	82 748	46 712	48 904	1 330 950	1 134 618
Yhteensä	1 547 417	1 384 905	173 158	114 062	64 202	67 739	1 784 777	1 566 706

	Eläkeikä	Eläke-edut	Irtisanomisaika	Irtisanomisajan lisäksi maksettava irtisanomiskorvaus
Toimitusjohtaja	TyELin mukainen eläkeikä	TyELin mukainen eläke	Toimitusjohtajan puolelta 6 kk ja yrityksen puolelta 6 kk	6 kk palkka
Muu johtoryhmä	Yksi jäsen 61 v.	66 % eläkepalkasta TyEL ja 10 %:n maksu- rusteinen lisäetäke vuosi- palkasta	Johtoryhmän jäsenen puolelta 3 kk ja työn- antajan puolelta 4-6 kk	
	Kaksi jäsentä TyELin mukainen eläkeikä	TyELin mukainen eläke		
	Neljä jäsentä TyELin mukainen eläkeikä			

Lisäeläkkeiden vuosimaksut:

	2016, euroa	2015, euroa
Toimitusjohtaja	TyELin mukainen	TyELin mukainen
Muu johtoryhmä	44 487	82 955
Yhteensä	44 487	82 955

Riskienhallinta

Alkon riskienhallinta perustuu systemaattiseen ja ennakoivaan tapaan analysoida ja hallita toimintaan liittyviä mahdollisuuksia ja uhkia.

Valvonta ja tarkastus

Sosiaali- ja terveysministeriö valvoo alkoholilain ja sen nojalla annettujen säännösten ja määräysten noudattamista. Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira raportoi vuosittain Euroopan komissiolle siitä, miten yksinoikeusasemassa toimiva alkoholiyhtiö on toteuttanut vaadittua tasapuolisuutta ja toimintojen läpinäkyvyyttä suhteessa tavarantoimittajiin. Raportissa otetaan huomioon myös Kilpailuviraston lausunto. Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira valvoo alkoholiyhtiön vähittäismyyntiä. Alkoholijuomien valikoimaan ottamista, valikoimasta poistamista sekä hinnoitteluperusteita koskevista Alkon päätöksistä voi valittaa Valviraan, edelleen hallinto-oikeuteen ja korkeimpaan hallinto-oikeuteen.

Johtoryhmä vastaa Alkon sisäisestä valvonnasta. Sisäisen valvonnan tarkoituksena on varmistaa, että toiminta on tarkoituksenmukaista ja tehokasta, taloudellinen ja toiminnallinen raportointi on luotettavaa ja että säännöksiä ja toimintaperiaatteita noudatetaan. Sisäisen valvonnan tärkeimmät osa-alueet ovat johtamistapa- ja organisaatiokulttuuri, raportointi ja sisäinen viestintä sekä seuranta- ja valvontatoimenpiteet.

Raportointi ja sisäinen tarkastus

Alkon talousraportointi ja siihen liittyvä valvonta koostuvat kolmesta osa-alueesta, jotka ovat 1) liiketapah-
tumien tehokas mutta laadukas rekisteröinti ja käsittely, 2) taloudelliseen raportointiin liittyvien säännösten noudattaminen sekä 3) liiketoimintaa ja päätöksentekoa tukeva talousraportointi. Yhtiön raportointi perustuu suomalaisen tilinpäätöskäytäntöön (Finnish Accounting Standards, FAS) sekä sisäisiin raportointiin liittyviin laskentaohjeisiin ja taloussääntöön. Talousyksikkö vastaa taloudellisen raportointiprosessin ja sen valvonnan kehittämisestä sekä talousraportointiin liittyvien lakien ja säännösten noudattamisesta. Talousjohtaja raportoi yhtiön toiminnan taloudellisista tuloksista ja ennusteista tarkastusvaliokunnan ja hallituksen kokouksissa. Alkon liiketapaperiaatteet ja tasapuolisuusohjeet sekä alkoholijuomien valikoimaanottoa ja vähittäismyyntiä koskevat ohjeet ovat perusta yhtiön hallinnoinnille ja keskeisten sidosryhmien kanssa toimimiselle.

Alkon hallitus vahvistaa riskienhallintapolitiikan ja valvoo riskienhallinta-toimenpiteiden riittävyyttä ja toimu-
vuutta. Toimitusjohtaja vastaa yhdessä johtoryhmän kanssa riskienhallintapolitiikasta ja sen noudattamisesta sekä siitä, että riskienhallinta on järjestetty asianmukaisesti. Alko Oy:n riskienhallinta perustuu systemaattiseen ja ennakoivaan tapaan analysoida ja hallita toimintaan liittyviä mahdollisuuksia ja uhkia. Alkon riskit on jaoteltu strategisiin, operatiivisiin, taloudellisiin ja vahinkoriskeihin.

Yhtiön sisäinen tarkastus arvioi hallituksen vahvistamien toimintaperiaatteiden mukaisesti Alkon valvonnan riittä-
vyyttä ja tehokkuutta, riskien hallintaa, toiminnan laatua ja hallintoprosessien toimintaa. Sisäinen tarkastus on riip-
pumaton toiminto, joka on hallinnollisesti toimitusjohtajan alaisuudessa ja raportoi toiminnallisesti hallitukselle.

Tilintarkastus

Yhtiössä on yksi tilintarkastaja, jonka tulee olla Keskuskauppakamarin hyväksymä tilintarkastusyhteisö. Tilin-
tarkastajan toimikausi on tilikausi ja tehtävä päättyy vaalia ensiksi seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päät-
tyessä. Yhtiökokous valitsi keväällä 2016 tilintarkastajaksi tilintarkastusyhteisö KPMG Oy Ab:n, päävastuullise-
na tilintarkastajana Lasse Holopainen, KHT.

Tilintarkastaja

Lasse Holopainen

s. 1960

päävastuullinen tilintarkastaja, KPMG Oy Ab, KHT



GRI

Raportointiperiaatteet

Alko noudattaa yhteiskuntavastuuraportissa Global Reporting Initiativen GRI G4 kestävän kehityksen suositusta, Valtion omistajapolitiikkaa koskevaa valtioneuvoston periaatepäätöstä vuodelta 2011 ja Ohjeistusta valtion enemmistöomisteisille yhtiöille maakohtaisten verojen raportointiin vuodelta 2014.

Alko on raportoinut vuosittain Global Reporting Initiativen (GRI) raportointiohjeiston mukaisesti vuodesta 2004 lähtien. Raportti noudattaa GRI G4 -ohjeistoa, ja se kattaa sosiaalisen, taloudellisen ja ympäristövastuun lisäksi alkoholipoliittisen vastuun keskeisimmät osa-alueet. Sovellamme raportoinnissa GRI G4 -ohjeiston peruslaajuutta (Core). Raportti sisältää ohjeiston mukaisen yleisen perussisällön (General Standard Disclosures) sekä osia Erityisestä perussisällöstä (Specific Standard Disclosures). Raportin sisällön vertailu GRI G4 -ohjeistoon on GRI-indeksissä. Raportti ilmestyy suomeksi ja englanniksi, ja se julkaistaan ainoastaan verkkoversiona. Raporttia ei ole varmennettu ulkoisesti.

Raportin laskentaraja

Alko-konserniin kuuluvat Alko Oy emoyhtiönä ja neljä kiinteistöosakeyhtiömuotoista tytäryhtiötä jotka on määritetty tilinpäätöksen liitetiedoissa.

Raportissa esitetyt tiedot ovat peräisin yhtiön operatiivisen toiminnan tueksi tehdyistä selvityksistä ja kirjanpidonluvat tarkastetusta liikekirjanpidosta sekä tilinpäätöksestä. Raportointi kattaa Alkon koko toiminnan.

Taloudellisen vastuun tiedot perustuvat Alkon talousraportteihin, kirjanpitoon ja vahvistettuun tilinpäätökseen. Sosiaalisen vastuun tunnusluvut tulevat henkilöstötietojärjestelmistä, palkanlaskentajärjestelmistä, palveluntuottajilta ja kirjanpidosta. Ympäristövastuun luvut on pääosin saatu omista järjestelmistä ja palveluntuottajilta.

Henkilöstölukujen laskennassa sovelletaan kirjanpitolautakunnan yleisohjetta toimintakertomuksen laatimisesta. Corporate Governance -osio noudattaa soveltuvin osin Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia (Corporate Governance). Tilinpäätös on laadittu FAS-standardin mukaan.

Olennot yhteiskuntavastuun näkökohdat

Raportoinnin kannalta olennaiset näkökohdat määriteltiin vuonna 2014 GRI G4 -raportointiohjeiston vaatimusten mukaan. Keväällä 2014 toteutetun sidosryhmäkyselyn pohjalta tunnistetut vastuullisuusnäkökohdat arvioitiin ja niiden olennaisuus määritettiin. Olennaisuusmatriisia on päivitetty käytettävissä olevan tutkimustiedon, julkisessa keskustelussa esille nousseiden teemojen sekä sidosryhmien kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta. Vuonna 2017 Alko toteuttaa jälleen sidosryhmätutkimuksen.

TUNNISTETUT OLENNAISET NÄKÖKOHDAT	LASKENTARAJA
Taloudellinen vastuu	
Taloudelliset tulokset	Alko Oy
Väilliset taloudelliset vaikutukset	Alko Oy, yhteiskunta
Ostokäytännöt	Alko Oy, tavarantoimittajat
Alkoholikaupan säilyttäminen Suomessa (Alkon oma näkökohta) Alko Oy, yhteiskunta	Alko Oy, yhteiskunta
Ympäristövastuu	
Materiaalit	Alko Oy, Palpa Oy
Energia	Alko Oy, pääkonttori ja myymälät
Jätteet ja jätevedet	Alko Oy
Tuotteet ja palvelut	Tavarantoimittajat
Kuljetukset	Kuljetusliikkeit
Tavarantoimittajien ympäristöarvioinnit	Tavarantoimittajat, BSCI riskimaatoimittajat
Ympäristöasioihin liittyvien epäkohtien	Asiakkaat, henkilökunta
Sosiaalinen vastuu	
Työllistäminen	Alko Oy
Henkilöstön ja työnantajan väliset suhteet	Alko Oy
Työterveys ja -turvallisuus	Alko Oy
Koulutus	Alko Oy
Monimuotoisuus ja tasavertaiset mahdollisuudet	Alko Oy
Tasa-arvoinen palkitseminen	Alko Oy
Tavarantoimittajien työolojen arviointi	BSCI riskimaatoimittajat
Työoloihin liittyvien epäkohtien valitusmekanismi	Henkilökunta, tavarantoimittajat
Toimittajien ihmisoloarvioinnit	BSCI riskimaatoimittajat
Ihmisoloihin liittyvien epäkohtien valitusmekanismi	Tavarantoimittajat, Henkilökunta
Lahjonta ja korruption vastaisuus	Alko Oy
Poliittinen vaikuttaminen	Alko Oy
Kilpailun rajoitukset	Alko Oy
Määräystenmukaisuus	Alko Oy
Alkoholin kulutuksen aiheuttamien haittojen ehkäiseminen yhteiskunnassa (Alkon oma näkökohta)	Asiakkaat ja yhteiskunta
Tuotevastuu	
Asiakkaiden terveys ja turvallisuus	Tavarantoimittajat, asiakkaat
Tuote- palvelutiedot	Alko Oy, tavarantoimittajat
Markkinointiviestintä	Alko Oy
Asiakkaiden yksityisyyden suoja	Alko Oy
Määräystenmukaisuus	Alko Oy

Raportin sidosryhmät

Raportin tärkeimpiä kohderyhmiä ovat Alkon henkilökunta, asiakkaat, omistaja, viranomaiset, tavarantoimittajat ja media.

Raportointijakso ja yhteystiedot

Tämä raportti kertoo vuoden 2016 vastuullisuustyömme tuloksista. Raportti vuodelta 2015 ilmestyi maaliskuussa 2016.

Lisätietoja

Alkon viestintäyksikkö

- Viestintäasiantuntija Elina Tompuri, elina.tompuri@alko.fi
- Vastuullisuusasiantuntija Virpi Valtonen, virpi.valtonen@alko.fi
- Viestintäjohtaja Maritta Iso-Aho, maritta.iso-aho@alko.fi

GRI-indeksi

Raportti noudattaa GRI G4 -ohjeistoa, ja se kattaa sosiaalisen, taloudellisen ja ympäristövastuun lisäksi alkoholipoliittisen vastuun keskeisimmät osa-alueet.

	VERTAILU GRI-OHJEISTON SUOSITUKSIIN	LINKKI	SISÄLTYY	HUOMIOT
YLEINEN SISÄLTÖ				
STRATEGIA JA ANALYYSI				
G4-1	Toimitusjohtajan katsaus	Toimitusjohtajan katsaus	Sisältyy	
G4-2	Keskeiset vaikutukset, riskit ja mahdollisuudet	Riskienhallinta	Osittain	
		Vastuullisuuden johtaminen		
		Sidosryhmät ja olennaisuus		
ORGANISAATION TAUSTAKUVAUS				
G4-3	Raportoivan organisaation nimi	Perustehtävä ja toimintaympäristö	Sisältyy	
G4-4	Tärkeimmät tavaramerkit/brändit sekä tuotteet ja palvelut	Perustehtävä ja toimintaympäristö	Sisältyy	
G4-5	Organisaation pääkonttorin sijainti	Perustehtävä ja toimintaympäristö	Sisältyy	
G4-6	Toimintamaiden lukumäärä ja maat, joissa organisaatio toimii tai jotka ovat merkittäviä raportissa kuvattujen olennaisten yritys vastuun näkökohtien osalta	Vastuullinen hankintaketju	Sisältyy	
G4-7	Organisaation omistusrakenne ja yhtiömuoto	Perustehtävä ja toimintaympäristö	Sisältyy	
G4-8	Markkina-alueet	Perustehtävä ja toimintaympäristö	Sisältyy	
G4-9	Raportoivan organisaation koko	Perustehtävä ja toimintaympäristö	Sisältyy	
G4-10	Henkilöstön määrä työsuhteen ja työsopimuksen mukaan, alueellisesti ja sukupuolen mukaan jaoteltuna	Henkilöstö lukuina	Sisältyy	
G4-11	Kollektiivisesti neuvoteltujen työehtosopimusten piiriin kuuluva henkilöstö	Työehtosopimukset ja yhteistoiminta	Sisältyy	
G4-12	Organisaation toimitusketju	Vastuullinen hankintaketju	Sisältyy	
G4-13	Merkittävät muutokset organisaation koossa, rakenteessa, omistusrakenteessa tai toimitusketjussa raportointijaksolla	Vastuullinen hankintaketju	Osittain	
G4-14	Varovaisuuden periaatteen soveltaminen	Vastuullinen hankintaketju	Osittain	
		Riskienhallinta		
G4-15	Organisaation hyväksymät tai edistämät ulkopuolisten toimijoiden periaatteet tai aloitteet	Vastuullinen hankintaketju	Osittain	
G4-16	Jäsenyydet järjestöissä ja edunvalvontaorganisaatioissa	Vastuullinen hankintaketju	Osittain	
TUNNISTETUT OLENNAISET NÄKÖKOHDAT JA LASKENTARAJAT				
G4-17	Konsernin laskentaraja	Raportointiperiaatteet	Sisältyy	
G4-18	Raportin sisällön määrittely	Raportointiperiaatteet	Sisältyy	
G4-19	Olennaiset näkökohdat	Sidosryhmät ja olennaisuus	Sisältyy	
		Raportointiperiaatteet		
G4-20	Olennaisia näkökohtia koskevat laskentarajat organisaation sisällä	Raportointiperiaatteet	Sisältyy	
G4-21	Olennaisia näkökohtia koskevat laskentaraja organisaation ulkopuolella	Raportointiperiaatteet	Sisältyy	
G4-22	Muutokset aiemmin raportoiduissa tiedoissa	Raportointiperiaatteet	Sisältyy	
G4-23	Merkittävät muutokset raportin laajuudessa ja näkökohtien laskentarajoissa	Raportointiperiaatteet	Sisältyy	

SIDOSRYHMÄVUOROVAIKUTUS			
G4-24	Luettelo organisaation sidosryhmistä	Sidosryhmät ja olennaisuus	Sisältyy
G4-25	Sidosryhmien määrittely- ja valintaperusteet	Sidosryhmät ja olennaisuus	Sisältyy
G4-26	Sidosryhmätoiminnan periaatteet	Sidosryhmät ja olennaisuus	Sisältyy
G4-27	Sidosryhmien esille nostamat tärkeimmät asiat ja huolenaiheet	Sidosryhmät ja olennaisuus	Sisältyy
RAPORTIN KUVAUS			
G4-28	Raportointijakso	Raportointiperiaatteet	Sisältyy
G4-29	Edellisen raportin päiväys	Raportointiperiaatteet	Sisältyy
G4-30	Raportin julkaisutiheys	Raportointiperiaatteet	Sisältyy
G4-31	Yhteystiedot josta voi tilata raportin ja kysyä siihen liittyviä lisätietoja	Raportointiperiaatteet	Sisältyy
G4-32	GRI-sisältövertailu	GRI-indeksi	Sisältyy
G4-33	Lähestymistapa ulkoiseen varmennukseen	Raportointiperiaatteet	Sisältyy
Raporttia ei ole varmennettu			
HALLINTO			
HALLINTORAKENNE JA KOKOONPANO			
G4-34	Hallintorakenne ja valiokunnat	Hallitus ja valiokunnat	Sisältyy
Hallinnointiperiaatteet			
G4-35	Vastuunjako	Vastuullisuuden johtaminen	Osittain
G4-selvitys			
G4-36	Vastuuhenkilöt	Vastuullisuuden johtaminen	Sisältyy
G4-37	Sidosryhmien konsultointi	Sidosryhmät ja olennaisuus	Osittain
G4-selvitys			
G4-38	Hallituksen kokoonpano	Hallinnointiperiaatteet	Sisältyy
G4-selvitys			
G4-39	Hallituksen puheenjohtajan asema	Hallitus ja valiokunnat	Sisältyy
G4-40	Hallituksen valinta	Hallinnointiperiaatteet	Osittain
G4-selvitys			
G4-41	Eturistiriitojen välttäminen	Hallitus ja valiokunnat	Osittain
Hallinnointiperiaatteet			
HALLITUKSEN ROOLI ORGANISAATION TARKOITUKSEN, ARVOJEN JA STRATEGIAN MÄÄRITTELYSSÄ			
G4-42	Hallituksen rooli organisaation tarkoituksen, arvojen ja strategian määrittelyssä	Hallinnointiperiaatteet	Osittain
G4-selvitys			
HALLITUKSEN PÄTEVYYDEN JA SUORITUKSEN ARVIOINTI			
G4-43	Hallituksen pätevyys	G4-selvitys	Osittain
G4-44	Hallituksen suorituksen arviointi	G4-selvitys	Osittain
HALLITUKSEN ROOLI RISKIEN HALLINNASSA			
G4-45	Hallituksen rooli riskien tunnistamisessa ja hallinnassa	Riskienhallinta	Osittain
G4-46	Riskienhallinnan tehokkuuden arviointi	Riskienhallinta	Osittain
G4-47	Riskiarviointien frekvenssi	Riskienhallinta	Osittain
HALLITUKSEN ROOLI YRITYSVASTUURAPORTOINNISSA			
G4-48	Yritysvastuuraportin hyväksyminen	G4-selvitys	Osittain
HALLITUKSEN ROOLI TALOUDELLISEN, SOSIAALISEN JA YMPÄRISTÖVASTUUN SUORITUKSEN ARVIOINNISSA			
G4-49	Epäkohtien kommunikointi	G4-selvitys	Osittain
G4-50	Hallitukselle raportoidut epäkohdat	G4-selvitys	Osittain

PALKITSEMINEN JA KANNUSTEET			
G4-51	Hallituksen ja ylimmän johdon palkitseminen	Johdon palkitseminen	Sisältyy
		G4-selvitys	
G4-52	Palkitsemisjärjestelmät	Johdon palkitseminen	Sisältyy
		G4-selvitys	
G4-53	Sidosryhmien näkemysten huomiointi	Palkitseminen	Osittain
		G4-selvitys	
G4-54	Korkeimman ja keskimääräisen vuosiansion suhde toimintamaittain	Palkitseminen	Osittain
G4-55	Korkeimman ja keskimääräisen vuosiansion muutos toimintamaittain	Palkitseminen	Osittain
LIIKETOIMINNAN EETTISYYS			
G4-56	Arvot ja liiketoimintaperiaatteet	Hallinnointiperiaatteet	Osittain
		G4-selvitys	
G4-57	Toiminnan eettisyyteen ja lainmukaisuuteen liittyvä neuvonanto	G4-selvitys	Osittain
G4-58	Epäilytjen väärinkäytösten ilmoittaminen	G4-selvitys	Osittain
			Ei erillistä väärinkäytösten ilmoittamisjärjestelmää
JOHTAMISTAVAN KUVAUS			
YLEINEN JOHTAMISTAVAN KUVAUS (DMA)			
TALOUDELLINEN VASTUU			
Taloudelliset tulokset			
G4-EC1	Suoran taloudellisen lisäarvon tuottaminen ja jakautuminen	Taloudellinen vastuu	Sisältyy
G4-EC2	Ilmastonmuutoksen aiheuttamat taloudelliset vaikutukset sekä muut riskit ja mahdollisuudet liittyen organisaation toimintaan	Vastuullisuuden johtaminen	Osittain
G4-EC3	Organisaation eläkesitoumusten kattavuus	Taloudellinen vastuu	Sisältyy
G4-EC4	Valtiolta saadut avustukset	Taloudellinen vastuu	Sisältyy
			Alko ei saa avustuksia valtiolta
Markkina-asema			
G4-EC5	Tavanomaisten alkupalkkojen ja paikallisen minimipalkan suhde organisaation merkittävissä toimipaikoissa	Palkitseminen	Osittain
		Vastuullinen hankintaketju	
G4-EC6	Paikallisyhteisöstä palkatun ylemmän johdon prosenttiosuus	Henkilöstö lukuina	Osittain
Välilliset taloudelliset vaikutukset			
G4-EC7	Infrastruktuuri-investointien ja yleishyödyllisten palvelujen tuen kehitys ja vaikutukset	Taloudellinen vastuu	Osittain
G4-EC8	Merkittävät epäsuorat taloudelliset vaikutukset ja niiden laajuus	Taloudellinen vastuu	Osittain
Ostokäytännöt			
G4-EC9	Paikallisten ostojen osuus merkittävissä toimipaikoissa	Taloudellinen vastuu	Sisältyy
	Oma näkökohta: Alkoholikaupan säilyttäminen Suomessa	Perustehtävä ja toimintaympäristö	Sisältyy
YMPÄRISTÖVASTUU			
Materiaalit			
G4-EN1	Materiaalien käyttö painon tai määrän mukaan	Ympäristövastuu	Osittain
G4-EN2	Kierrätettyjen materiaalien osuus		Osittain
Energia			
G4-EN3	Organisaation oma energian kulutus	Ympäristövastuu	Osittain
G4-EN4	Organisaation ulkopuolinen energian kulutus		Ei sisälly
			Tietoja ei ole saatavilla
G4-EN5	Energiaintensiiteetti		Ei sisälly
			Tietoja ei ole saatavilla
G4-EN6	Energiankulutuksen vähentäminen	Ympäristövastuu	Osittain
G4-EN7	Vähennykset tuotteiden ja palveluiden energiatarpeessa	Ympäristövastuu	Osittain

	Vesi		
G4-EN8	Kokonaisvedenotto vesilähteittäin	Ei sisälly	Tarkkoja vedenkulutustietoja ei ole saatavilla
G4-EN9	Vesilähteet, joihin organisaation vedenotolla on merkittävä vaikutus	Ei sisälly	Ei omaa tuotantoa. Ei olennainen Alkon toiminnassa.
G4-EN10	Kierrätetyn ja uudelleenkäytetyn veden osuus ja kokonaismäärä	Ei sisälly	Ei omaa tuotantoa. Ei olennainen Alkon toiminnassa.
Luonnon monimuotoisuus			
G4-EN11	Omistettut , vuokratut tai hallinnoidut toimipaikat, jotka sijaitsevat luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla tai niiden läheisyydessä	Ei sisälly	Ei olennainen Alkon toiminnassa, Alko ei omista maa-alueita
G4-EN12	Organisaation toiminnan, tuotteiden ja palvelujen vaikutus luonnon monimuotoisuuteen luonnonsuojelualueilla tai luonnon monimuotoisuuden kannalta rikkailla alueilla	Ympäristövastuu	Ei olennainen Alkon toiminnassa, Alko ei omista maa-alueita
G4-EN13	Suojellut ja kunnostetut elinympäristöt	Ei sisälly	Ei olennainen Alkon toiminnassa, Alko ei omista maa-alueita.
G4-EN14	IUCN:n uhanalaisten lajien listalla tai kansallisilla suojeltavien lajien listoilla olevien lajien määrä organisaation vaikutuspiirissä olevilla alueilla jaoteltuna sukupuuttoon kuolemisriskin mukaan	Ei sisälly	Ei olennainen Alkon toiminnassa, Alko ei omista maa-alueita
Päästöt			
G4-EN15	Suorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 1)	Ei sisälly	Alkolla ei ole omaa tuotantoa
G4-EN16	Epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 2)	Ei sisälly	Tietoja ei ole saatavilla
G4-EN17	Muut epäsuorat kasvihuonekaasujen päästöt (scope 3)	Ympäristövastuu	Osittain
G4-EN18	Kasvihuonekaasujen päästäöntensiteetti	Ei sisälly	Tietoja ei ole saatavilla
G4-EN19	Kasvihuonekaasupäästöjen vähentäminen	Ympäristövastuu	Osittain
G4-EN20	Otsonikatoa aiheuttavien aineiden päästöt	Ei sisälly	Tietoja ei ole saatavilla
G4-EN21	Typen oksidien (NOx), rikkioksidien (SOx) päästöt sekä muut merkittävät päästöt ilmaa	Ei sisälly	Tietoja ei ole saatavilla
Jätevedet ja jätteet			
G4-EN22	Päästöt vesistöön jaoteltuna päästölajeittain ja kohteen mukaan	Ei sisälly	Toiminnasta syntyvä jätevesi menee kunnalliseen viemäriverkostoon
G4-EN23	Jätteiden kokonaismäärä jaoteltuna jätelajeittain ja käsittelytavan mukaisesti	Ympäristövastuu	Osittain
G4-EN24	Merkittävien vuotojen määrä ja suuruus	Ei sisälly	Ei olennainen Alkon toiminnassa, Alkolla ei ole omaa tuotantoa
G4-EN25	Kuljetetun, maahan tuodun, maasta viedyn tai käsitellyn ongelmajätteen (kuten määritelty Baselin sopimusasiakirjan liitteissä I, II, III ja VIII) määrä sekä kansainvälisesti kuljetetun ongelmajätteen prosenttiosuus	Ei sisälly	Ei olennainen Alkon toiminnassa, Alkolla ei ole omaa tuotantoa
G4-EN26	Vesistöt ja niiden yhteydessä olevat elinympäristöt, joihin organisaation vesipäästöillä ja valumilla on merkittävä vaikutus (koko, suojeluasema ja biodiversiteettiarvo)	Ei sisälly	Ei olennainen Alkon toiminnassa, Alkolla ei ole omaa tuotantoa
Tuotteet ja palvelut			
G4-EN27	Tuotteiden ja palveluiden ympäristövaikutusten vähentämistoimenpiteiden laajuus	Ympäristövastuu	Osittain
G4-EN28	Kierrätettyjen tuotteiden ja pakkausmateriaalien suhteellinen osuus myydyistä tuotteista tuoteryhmittäin	Ympäristövastuu	Osittain
Määräystenmukaisuus			
G4-EN29	Merkittävien ympäristölainsäädännön ja -säännösten rikkomiseen liittyvien sakkojen rahamääräinen arvo määrä sekä ei-rahallisten sanktioiden lukumäärä	Ei sisälly	Alkolle ei langetettu ympäristöperusteisia sakkoja tai sanktioita
Kuljetukset			
G4-EN30	Tuotteiden ja materiaalien kuljetuksesta sekä työmatkoista aiheutuneet merkittävät ympäristövaikutukset	Ympäristövastuu	Osittain
Yleiset			
G4-EN31	Ympäristönsuojelun kokonaiskustannukset ja investoinnit tyypeittäin	Ei sisälly	Ei olennainen Alkon toiminnassa

Toimittajien ympäristöarvioinnit			
G4-EN32	Prosenttiosuus uusista toimittajista, jotka on arvioitu ympäristökriteerien mukaisesti	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
G4-EN33	Merkittävät nykyiset ja mahdolliset negatiiviset ympäristövaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	Ympäristövastuu		
Ympäristöasioihin liittyvien epäkohtien valitusmekanismit			
G4-EN34	Ympäristöasioihin liittyvien valitusmekanismin kautta rekisteröityjen, käsiteltyjen ja ratkaistujen epäkohtien lukumäärä	Ei sisälly.	Ei valitusmekanismia käytössä
SOSIAALINEN VASTUU			
Henkilöstö ja työolosuhteet			
	<i>Työllistäminen</i>		
G4-LA1	Uuden palkatun henkilöstön kokonaismäärä ja osuus sekä henkilöstön vaihtuvuus jaoteltuna ikäryhmittäin, sukupuolen mukaan ja alueittain	Henkilöstö lukuina	Sisältyy
G4-LA2	Kokoaikaisen henkilöstön henkilöstöetuudet, joita ei tarjota määräaikaiselle tai osa-aikaiselle henkilöstölle merkittävässä toimipaikoissa	Palkitseminen	Sisältyy
G4-LA3	Töihin paluuaste ja töissä pysyvyysaste vanhempainloma jälkeen jaoteltuna sukupuolen mukaan	Henkilöstö lukuina	Sisältyy
	Henkilöstön ja työnantajan väliset suhteet		
G4-LA4	Uudelleenjärjestelytilanteissa noudatettava vähimmäisilmoitus aika ja sen sisältyminen kollektiivisiin työehtosopimuksiin	Työehtosopimukset ja yhteistoiminta	Sisältyy
	<i>Työterveys ja -turvallisuus</i>		
G4-LA5	Osuus kokonaistyövoimasta, joka on edustettuna virallisissa henkilöstön ja johdon yhteisissä työterveyttä ja -turvallisuutta valvovissa ja neuvoa-antavissa toimikunnissa	Työhyvinvointi- ja turvallisuus	Sisältyy
G4-LA6	Tapaturmatyypit, tapaturmataajuus, ammatitautitaajuus, menetetyt työpäivät, poissaolot ja työhön liittyvät kuolemantapaukset jaoteltuna alueittain ja sukupuolen mukaan	Työhyvinvointi- ja turvallisuus	Sisältyy
G4-LA7	Työntekijät, jotka työskentelevät työtehtävissä, joissa on suuri esiintymistiheys ja riski tietyille sairauksille	Työhyvinvointi- ja turvallisuus	Sisältyy
G4-LA8	Ammattiliittojen kanssa tehtyjen sopimusten sisältämät terveys- ja turvallisuusteemat	Työhyvinvointi- ja turvallisuus	Sisältyy
	<i>Koulutus</i>		
G4-LA9	Keskimääräiset koulutustunnit vuodessa henkilöä kohden jaoteltuna sukupuolen mukaan ja henkilöstöryhmittäin	Koulutus ja kehittäminen	Sisältyy
G4-LA10	Osaamisen kehittämiseen ja elinikäiseen oppimiseen liittyvät ohjelmat, jotka tukevat henkilöstön jatkuvaa työllisyyttä ja antavat tukea työsuhteen päättymistilanteissa	Koulutus ja kehittäminen	Sisältyy
G4-LA11	Säännöllisten suoritusarviointien ja kehityskeskustelujen piirissä olevan henkilöstön osuus	Koulutus ja kehittäminen	Sisältyy
	<i>Monimuotoisuus ja tasavertaiset mahdollisuudet</i>		
G4-LA12	Organisaation hallintoelinten kokoonpano ja henkilöstön jakauma henkilöstöryhmittäin jaoteltuna sukupuolen, ikäryhmän, vähemmistöryhmän ja muiden monimuotoisuuden liittyvien tekijöiden mukaisesti	Henkilöstö lukuina	Sisältyy
	<i>Tasa-arvoinen palkitseminen</i>		
G4-LA13	Naisten ja miesten peruspalkkojen ja palkitsemisen suhde henkilöstöryhmittäin merkittävässä toimipaikoissa	Palkitseminen	Sisältyy
	<i>Toimittajien työolojen arviointi</i>		
G4-LA14	Prosenttiosuus uusista toimittajista, jotka on arvioitu työoloihin liittyvien kriteerien mukaisesti	Vastuullinen hankintaketju	Sisältyy
G4-LA15	Merkittävät nykyiset ja mahdolliset negatiiviset työoloihin liittyvät vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	Vastuullinen hankintaketju	Osittain

	<i>Työoloihin liittyvien epäkohtien valitusmekanismit</i>		
G4-LA16	Työoloihin liittyvän valitusmekanismin kautta rekisteröityjen, käsiteltyjen ja ratkaistujen epäkohtien lukumäärä	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	Ihmisoikeudet		
	<i>Investoinnit</i>		
G4-HR1	Lukumäärä ja prosenttiosuus merkittävistä investointisopimuksista, jotka sisältävät ihmisoikeuksiin liittyviä ehtoja tai joiden yhteydessä on tehty ihmisoikeusarviointi	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
G4-HR2	Organisaation ihmisoikeuspolitiikkoihin tai organisaation toiminnalle relevantteja ihmisoikeusnäkökohtia koskeviin menettelytapoihin liittyvän koulutuksen kokonaistuntimäärä ja koulutukseen osallistuneen henkilöstön prosentuaalinen osuus	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	<i>Syrjinnän kieltö</i>		
G4-HR3	Syrjintätapausten lukumäärä ja niihin liittyvät korjaavat toimenpiteet	Työehtosopimukset ja yhteistoiminta	Sisältyy
	<i>Yhdistymisen vapaus ja työehtosopimusoikeudet</i>		
G4-HR4	Toiminnot ja toimittajat, joiden osalta yhdistymisen vapautta ja oikeutta kollektiivisesti neuvoteltuihin työehtosopimuksiin on rikottu tai sen on tunnistettu olevan vaarassa olla toteutumatta, ja näiden oikeuksien tukemiseksi toteutetut toimenpiteet	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	<i>Lapsityövoima</i>		
G4-HR5	Toiminnot ja toimittaja joiden osalta on tunnistettu merkittävä lapsityövoiman käytön riski, ja lapsityövoiman käytön estämiseksi toteutetut toimenpiteet	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	<i>Pakko- ja rangaistustyövoima</i>		
G4-HR6	Toiminnot ja toimittajat, joiden osalta on tunnistettu merkittävä pakko- ja rangaistustyövoiman käytön riski, ja pakko- ja rangaistustyövoiman käytön estämiseksi toteutetut toimenpiteet	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	<i>Turvallisuuskäytännöt</i>		
G4-HR7	Prosenttiosuus turvahenkilöstöstä, joka on saanut koulutusta organisaation ihmisoikeuspolitiikkoihin ja organisaation toiminnan kannalta relevantteihin menettelytapoihin		Ei sisälly
	<i>Alkuperäiskansojen oikeudet</i>		
G4-HR8	Alkuperäiskansojen oikeuksien rikkomusten lukumäärä ja niihin liittyvät toimenpiteet		Ei sisälly
	Ihmisoikeusarvioinnit		
G4-HR9	Lukumäärä ja prosenttiosuus toiminnoista, joissa on toteutettu ihmisoikeuksien läpikäynti tai vaikutusarviointi	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	<i>Toimittajien ihmisoikeusarvioinnit</i>		
G4-HR10	Prosenttiosuus uusista toimittajista, jotka on arvioitu ihmisoikeuksiin liittyvien kriteerien mukaisesti	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
G4-HR11	Merkittävät nykyiset ja mahdolliset negatiiviset ihmisoikeuksiin liittyvät vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
	<i>Ihmisoikeuksiin liittyvien epäkohtien valitusmekanismit</i>		
G4-HR12	Ihmisoikeuksiin liittyvän valitusmekanismin kautta rekisteröityjen, käsiteltyjen ja ratkaistujen epäkohtien lukumäärä		Ei sisälly
	Yhteiskunta		Ei valitusmekanismia käytössä
	<i>Paikallisyhteisöt</i>		
G4-SO1	Prosenttiosuus toiminnoista, joissa on toteutettu paikallisyhteisövuorovaikutus, vaikutusarvioinnit ja kehitysohjelmat	Vastuullinen hankintaketju	Osittain
G4-SO2	Toiminnot, joilla on nykyisiä ja mahdollisia negatiivisia vaikutuksia paikallisyhteisöihin	Vastuullinen hankintaketju	Osittain

Lahjonta ja korruption vastaisuus				
G4-SO3	Lahjontaan liittyvän riskiarvioinnin läpikäyneiden liiketoimintayksiköiden lukumäärä ja prosenttiosuus sekä tunnistetut merkittävät riskit		Osittain	Yhtiössä on käytössä hallituksen hyväksymät liikeytapaperiaatteen, jotka on koulutettu koko henkilökunnalle. Liiketapaperiaatteen sisältävät seuraavat osa-alueet: rehellisyys ja laillisuus, liiketoiminnan lahjomattomuus sekä korruption torjunta, eturistiriidat, hyvä hallintotapa, liikesuhteet, toimiva työyhteisö, luottamuksellisuus ja liikeytapaperiaatteiden noudattaminen.
G4-SO4	Korruption vastaisiin politiikkoihin ja menettelytapoihin liittyvä kommunikointi ja koulutus		Osittain	Yhtiössä on käytössä hallituksen hyväksymät liikeytapaperiaatteen, jotka on koulutettu koko henkilökunnalle. Liiketapaperiaatteen sisältävät seuraavat osa-alueet: rehellisyys ja laillisuus, liiketoiminnan lahjomattomuus sekä korruption torjunta, eturistiriidat, hyvä hallintotapa, liikesuhteet, toimiva työyhteisö, luottamuksellisuus ja liikeytapaperiaatteiden noudattaminen.
G4-SO5	Vahvistetut lahjontatapaukset ja niihin liittyvät toimenpiteet		Ei sisälly	Ei kohdassa mainittuja lahjontatapauksia
Poliittinen vaikuttaminen				
G4-SO6	Poliittisten tukien kokonaisarvo jaoteltuna maittain ja edunsaajittain	Taloudellinen vastuu	Sisältyy	
Kilpailun rajoitukset				
G4-SO7	Kilpailuoikeudellisten säännösten rikkomiseen, kartelleihin ja määräävän markkina-aseman väärinkäyttöön liittyvien oikeustoimien lukumäärä ja oikeuden päätökset		Ei sisälly	Ei kohdassa mainittuja oikeustoimia
Määräystenmukaisuus				
G4-SO8	Merkittävien lainsäädännön ja säännösten rikkomiseen liittyvien sakkojen rahamääräinen arvo määrä sekä ei-rahallisten sanktioiden lukumäärä		Ei sisälly	Ei kohdassa mainittuja oikeustoimia
Toimittajien yhteiskunnallisten vaikutusten arviointi				
G4-SO9	Prosenttiosuus uusista toimittajista, jotka on arvioitu yhteiskunnallisiin vaikutuksiin liittyvien kriteerien mukaisesti		Ei sisälly	
G4-SO10	Merkittävät nykyiset ja mahdolliset negatiiviset yhteiskunnalliset vaikutukset toimitusketjussa ja toteutetut toimenpiteet	Taloudellinen vastuu	Osittain	
Yhteiskunnallisiin vaikutuksiin liittyvien epäkohtien valitusmekanismit				
G4-SO11	Yhteiskunnallisiin vaikutuksiin liittyvän valitusmekanismin kautta rekisteröityjen, käsiteltyjen ja ratkaistujen epäkohtien lukumäärä		Ei sisälly	Ei valitusmekanismia käytössä
Oma näkökohta: Alkoholin kulutuksen aiheuttamien haittojen ehkäiseminen yhteiskunnassa				
		Alkoholihaittojen ehkäisy	Sisältyy	
Tuotevastuu				
Asiakkaiden terveys ja turvallisuus				
G4-PR1	Prosenttiosuus merkittävistä tuotteista ja palveluista, joiden terveys- ja turvallisuus-vaikutusten parantaminen on arvioitu	Tuotelaatu	Osittain	
G4-PR2	Tuotteiden elinkaarenaikaisiin terveys- ja turvallisuusvaikutuksiin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna lopputulosten mukaan		Ei sisälly	Ei kohdassa mainittuja rikkomuksia
Tuote- ja palvelutiedot				
G4-PR3	Organisaation tuotteiden ja palvelujen pakollisen tuoteinformaation ja -merkintöjen tyypit sekä prosenttiosuus tärkeimmistä tuotteista ja palveluista, joita nämä vaatimukset koskevat	Valikoimaanotto-ohje	Osittain	
G4-PR4	Tuote- ja palveluinformaation ja -merkintöihin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna lopputulosten mukaan		Ei sisälly	Ei kohdassa mainittuja rikkomuksia
G4-PR5	Asiakastytyväisyyystutkimusten tulokset	Asiakaskokemus	Sisältyy	

<i>Markkinointiviestintä</i>			
G4-PR6	Kiellettyjen tai kiistanalaisten tuotteiden myynti	Sisältyy	Ei kiistanalaisia tuotteita valikoimassa
G4-PR7	Markkinointiviestintään, mainontaan ja sponsorointiin liittyvien määräysten ja vapaaehtoisten periaatteiden rikkomusten lukumäärä jaoteltuna lopputulosten mukaan	Sisältyy	Ei kohdassa mainittuja rikkomuksia
<i>Asiakkaiden yksityisyyden suoja</i>			
G4-PR8	Asiakkaiden yksityisyyden suojan rikkomiseen ja asiakastietojen häviämiseen liittyvien vahvistettujen valitusten lukumäärä	Sisältyy	Ei kohdassa mainittuja valituksia
<i>Määräystenmukaisuus</i>			
	Tuotteiden ja palveluiden käyttöön liittyvän lainsäädännön ja säännösten rikkomisesta aiheutuneiden merkittävien sakkojen rahamääräinen arvo	Sisältyy	Alkolle ei ole langetettu sakkoja tai sanktioita liittyen tuote-, turvallisuus- tai markkinointisäännösten rikkomuksiin.

Yritysvastuun raportointi GRI-ohjeiston mukaisesti

Alkon 15.6.2016 hyväksyttyihin hallinnointiperiaatteisiin ei ole kirjattu GRI G4 -raportointiohjeen mukaisia hallinnointiin liittyviä vaateita. Osa näistä lisäselvityksistä on tässä G4-selvityksessä.

Hallinnointi

G4-35 Vastuunjako

Yritysvastuunasioiden käsittely hallituksessa

Alko Oy:n varsinainen yhtiökokous, valtion edustajana perhe- ja peruspalveluministeri, valitsee yhtiön hallitukseen puheenjohtajan ja varapuheenjohtajan sekä kolmesta kuuteen jäsentä. Hallituksen kokoonpanossa painotetaan yhtiön erityisasemaa monopoliyhtiönä ja yhtiön vastuullisuustehtävää erityisesti alkoholipoliittisen vastuun näkökulmasta.

Vuonna 2016 hallituksen kokouksissa on käsitelty ja hyväksytty mm. seuraavat asiakokonaisuudet:

- yhtiön strategia. Yhtenä strategian neljästä painopistealueesta on tavoite olla Vastuullinen toimija yhteiskunnassa.
- budjetti ja toimintasuunnitelma. Seuraavan vuoden vastuullisuushankkeet ja projektit esitetään vähintään ylätasolla.
- keskeisimmät henkilöstöasiat
- yhtiön alkoholipoliittiset hankkeet ja niiden seuranta
- yhteiskuntavastuuraportin sisältö ja periaatteet

G4-37 Sidosryhmien konsultointi

Sidosryhmien ja hallituksen välinen keskusteluprosessi yritys vastuunasioiden käsittelyssä

Alko Oy:n hallintoneuvostossa on kaksitoista jäsentä, jotka valtioneuvosto määrää neljäksi kalenterivuodeksi kerrallaan. Hallintoneuvosto on yksi tärkeimmistä sidosryhmistä.

Hallintoneuvoston tehtävänä on mm.

- valvoa, että yhtiön asioita ja hallintoa hoidetaan terveiden liikeperiaatteiden mukaan kannattavuutta silmällä pitäen ja että lakia ja yhtiöjärjestyksen määräyksiä sekä yhtiökokouksen päätöksiä ja muita vahvistettuja ohjeita noudatetaan.
- antaa hallitukselle ohjeita laajakantoisissa ja periaatteellisesti tärkeissä asioissa.
- seurata alkoholilain kehitystä sekä kotimaassa että ulkomailta ja antaa tämän perusteella yleisiä ohjeita al¹ koholihtiön toiminnan kehittämiseksi.
- vahvistaa alkoholiyhtiöstä annetun asetuksen 1§:n (243/2000) mukainen toimintasuunnitelma alkoholihaittojen ehkäisemiseksi.
- antaa alkoholilain 36 §:n 1 momentin 2 kohdassa tarkoitettu kertomus yhtiön vähittäismyyntin kehityksestä ja niistä toimenpiteistä, joihin yhtiö on ryhtynyt alkoholilain edellyttämällä tavalla.
- antaa varsinaiselle yhtiökokoukselle lausuntonsa yhtiön tilinpäätöksen ja tilintarkastuksen johdosta.

G4-38 Hallituksen kokoonpano

Hallituksen ja eri valiokuntien jäsenten kokoonpanon esittely

- jäsenten riippumattomuus: Hallituksen jäsenet ovat riippumattomia yhtiöstä
- toimikauden pituus: Hallituksen jäsenen toimikausi kestää valitsemista ensiksi seuraavan varsinaisen yhtiökokouksen päättämiseen saakka
- jäsenten muut merkittävät tehtävät ja sitoumukset: Kirsi Varhila on virkasuhteessa sosiaali- ja terveysministeriöön, Jarmo Väisänen valtioneuvoston kanslian omistajaohjausosastoon ja Juhani Eskola Terveystieteiden tutkimuskeskukseen. Leila Kostiaainen on Lainsäädännön arviointineuvoston puheenjohtaja (jäsen 2016 alkaen ja puheenjohtaja 1.1.2017 alkaen.) Hallituksen jäsenillä on oman tehtävänsä ja/tai kokemuksensa kautta osaamista erityisesti alkoholipoliittikan ja alkoholin haittavaikutusten osalta
- henkilöstön (sidosryhmien) edustajat: Hallituksen kokouksiin osallistuu kaksi henkilöstöedustajaa.

G4-40 Hallituksen valinta

Yritysvastuuseen liittyvän osaamisen huomioiminen hallituksen valinnassa

Sosiaali- ja terveysministeriö vastaa Alko Oy:n omistajaohjauksesta. Perhe- ja peruspalveluministeri edustaa yhtiön koko osakekantaa yhtiökokouksessa, jossa vuosittain valitaan yhtiön hallitus ja sen puheenjohtaja ja varapuheenjohtaja. Hallituksen kokoonpanossa on huomioitu vahvasti yhtiön erityisasema monopoliyhtiönä, sen alkoholipoliittinen tehtävä sekä yritysvastuusioiden paino.

G4-42 Hallituksen rooli organisaation tarkoituksen, arvojen ja strategian määrittelyssä

Hallituksen rooli yritysvastuussa

Alko Oy:n johto valmistelee yhtiön strategian, toimintasuunnitelman, politiikat ja taloudelliseen, sosiaaliseen ja ympäristövastuuseen liittyvät tavoitteet, joita päivitetään vuosittain. Asiakokonaisuuksiin liittyvät hallituksen valiokunnat käsittelevät esitykset, jotka viedään hallituksen hyväksyttäväksi. Yhtiön sisäistä ohjeistusta koskevat politiikat sekä hallinnointiperiaatteet käsitellään ja päivitetään hallituksessa vuosittain.

Vastuullisuuteen liittyvät strategiset ohjausryhmät:

- Vastuullinen toimija yhteiskunnassa, pj. viestintäjohtaja
- Paras työ, pj. henkilöstöjohtaja
- Tehokas erikoisliikeketju, pj. talousjohtaja
- Paras asiakaskokemus, pj. toimitusjohtaja ja asiakaspalvelujohtaja 5.5.2016 alkaen.

Viestintäyksikön vastuullisuustiimi vastaa vastuullisuuden toimenpiteistä ja niiden kehittämisestä.

G4-43 Hallituksen pätevyys

Yritysvastuusioiden merkitys hallituksen pätevyyden määrittelyssä

Hallitus käsittelee vastuullisuuden toimenpiteitä ja niiden tuloksia säännöllisesti kokouksissaan

G4-44 Hallituksen suorituksen arviointi

Hallituksen työjärjestyksen mukaan hallitus suorittaa vuosittain itsearviointin. Hallitus ei ole poikkeuksellisesti toteuttanut itsearviointia vuonna 2016.

G4-48 Yritysvastuuraportin hyväksyminen

Viestintäyksikkö valmistelee ja tuottaa Alkon yhteiskuntavastuuraportin yhdessä muiden yksiköiden kanssa.

Viestintäyksikkö vastaa, että olennaiset näkökulmat on otettu huomioon raportissa. Vastuullinen toimija yhteiskunnassa -ohjausryhmä käsittelee yhteiskuntavastuuraportin rakenteen. Hallituksen tarkastusvaliokunta ja hallitus käsittelevät raportin rakenteen ennen sen julkaisemista.

G4-49-50 Epäkohtien kommunikointi ja hallitukselle raportoidut epäkohdat

Yritysvastuuseen liittyvien epäkohtien kommunikointi

Esille tulleet epäkohdat raportoidaan hallitukselle. Vuonna 2016 tällaisia epäkohtia ei ollut.

G4-51 Hallituksen ja ylimmän johdon palkitseminen

Uusia raportoitavia kohtia palkitsemisen liittymisestä kestävä kehityksen suorituskykyyn

Hallituksen jäsenet saavat yhtiökokouksen päättämät kuukausi- ja kokouspalkkiot. Johtoryhmän enimmäispalkkio on 15 prosenttia vuosiansiosta.

Kaikilla johtoryhmän jäsenillä on samat tavoitteet ja ne ovat seuraavat:

- Paras asiakaskokemus: Asiakaskokemusindeksi – painoarvo 30 prosenttia
- Vastuullinen toimija yhteiskunnassa: Maine ja vastuullisuustutkimus, MaineTRI*M-indeksi – painoarvo 10 prosenttia, VastuullisuusTRI*M-indeksi – painoarvo 10 prosenttia
- Paras työ: Toimitusjohtajan ja hallituksen arvio suorituksesta ja osaamisesta – painoarvo 30 prosenttia
- Tehokas erikoisliikeketju: Asiakkaat/http (vertailu tavoitteeseen) – 20 prosenttia

G4-52 Palkitsemisjärjestelmät Yritysvastuun merkitys palkitsemisessä

Kuvaus yhtiön kannustinpalkkiojärjestelmästä

Kannustinpalkkiojärjestelmän mittarit vuodelle 2016 pohjautuvat strategisten osa-alueidemme tavoitteisiin: asiakas, vastuullisuus, henkilöstö ja tehokkuus. Kaikkien henkilöstöryhmien kannustinmittarina on vastuullisuus.

Vastuullisuuden mittari on valittu kunkin henkilöstöryhmän tehtävän näkökulmasta:

- aluepäälliköt, aluekoordinaattorit, myymäläpäälliköt, myyjät: alkoholipoliittinen vastuullisuus: ikäraja-, päihtymysvalvonnan tavoitteet
- aluepäälliköt, aluekoordinaattorit, myymäläpäälliköt, myyjät: alkoholipoliittinen vastuullisuus: vastuullisuusmystery
- pääkonttorin esimiehet, asiantuntijat ja henkilöstö: maine ja vastuullisuus –tutkimuksen vastuullisuus TRIM-indeksi.

Järjestelmä on rakennettu yhtiön sisäisesti ja siinä ei ole käytetty ulkopuolisia palkitsemiskonsultteja.

G4-53 Sidosryhmien näkemysten huomiointi

Sidosryhmien huomiointi palkitsemiskäytännöistä päättämisessä

VastuullisuusTRIM-indeksi on yhtenä kriteerinä pääkonttorin henkilöstön ja johtoryhmän kannustinjärjestelmässä. TNS Gallupin toteuttamaan tutkimukseen vastasi Alkoa koskien 500 suomalaista, jotka arvioivat Alkon vastuullisuutta eri näkökulmasta. Tutkimuksen otannassa on otettu huomioon väestö iän, sukupuolen ja alueen mukaan.

G4-56 Arvot ja liiketoimintaperiaatteet

Code of conduct käytäntöjen kuvaaminen

Liiketapaperiaatteet: Yhtiössä on käytössä hallituksen hyväksymät liiketapaperiaatteet, jotka on koulutettu koko henkilökunnalle. Liiketapaperiaatteet sisältävät seuraavat osa-alueet: rehellisyys ja laillisuus, liiketoiminnan lahjomattomuus sekä korruption torjunta, eturistiriidat, hyvä hallintotapa, liikesuhteet, toimiva työyhteisö, luotamuksellisuus ja liiketapaperiaatteiden noudattaminen.

BSCI:n eettiset periaatteet:

- Kaikkien Alkon tavarantoimittajien tulee sitoutua allekirjoituksellaan hankintaketjua koskeviin BSCI:n eettisiin toimintaperiaatteisiin ja niiden noudattamiseen. Eettiset periaatteet perustuvat kansainvälisiin sopimuksiin ja sitoumuksiin ja ne sisältävät seuraavat asiat: yhdistymisvapaus ja neuvotteluoikeus, riittävä korvaus työstä, työterveys ja –turvallisuus, nuorten työntekijöiden suojeleminen, pakkotyökielto, eettinen liiketoiminta, syrjintäkielto, kohtuullinen työaika, lapsityövoimakielto, vakaa työsuhde ja ympäristönsuojelu.
- Tavarantoimittajien tulee myös suorittaa vastuullisuutta ja BSCI:tä koskeva verkkokoulutus.
- Yhteistyön pelisäännöt tavarantoimittajien kanssa: Tasapuolisen tavarantoimittajayhteistyön turvaamiseksi on laadittu pelisäännöt Alkon ostohenkilöstön ja tavarantoimittajien samoin kuin Alkon myymälöiden ja tavarantoimittajien väliselle kanssakäymiselle.

G4-57 Toiminnan eettisyyteen ja lainmukaisuuteen liittyvä neuvonanto

Code of conduct käytäntöjen kuvaaminen

Viestintäyksikkö sekä yhtiölakimies antavat toiminnan eettisyyteen ja lainmukaisuuteen liittyvää neuvontaa

G4-58 Epäiltyjen väärinkäytösten ilmoittaminen

- Code of conduct käytäntöjen kuvaaminen
- BSCI:n grievance-mechanism

A group of seven people are seated around a long wooden table outdoors at night. They are engaged in a toast, holding glasses of red wine. The table is set with plates of food, including bread and vegetables, and several bottles. A large vase of colorful flowers sits in the foreground. The scene is illuminated by warm string lights and several large, white, paper lanterns hanging from the trees above. The background is a dense, dark green foliage.

TILINPÄÄTÖS

Vuosi 2016 tiivistetysti

Alkon strategisina tavoitteina on tarjota parasta asiakaskokemusta, parasta työtä, olla aktiivinen vaikuttaja yhteiskunnassa ja toimia tehokkaana yrityksenä. Vuoden 2016 aikana toteutettiin hankkeita kohti monikanavaista ja yhteisöllistä Alkoa.

Alkon myynti litroina väheni hieman edellisvuodesta 93,5 miljoonaan litraan (94,0). Litramyynti oli 0,6 prosenttia pienempi kuin edellisvuonna.

Alkon alkoholijuomaverollinen liikevaihto oli 1 162,7 miljoonaa euroa (1 158,9). Liikevaihto ilman alkoholijuomaveroa oli 582,6 miljoonaa euroa (572,7). Liikevaihdon hienoiseen kasvuun vaikutti laadukkaampien tuotteiden myynnin kasvu ja yleisen hintatason maltillinen nousu.

Tilikauden voitto oli 38,3 miljoonaa euroa (40,2).

Alkon tulos laski edellisvuodesta, mutta oli merkittävästi budjetoitua parempi. Alko panosti vahvasti monikanavaisen asiakaspalvelun kehittämiseen. Arkadian lippulaivamyymälä uusittiin uuden konseptin mukaiseksi ja Alkon verkkokauppa avautui loppuvuodesta tarjoten asiakkaillemme entistä laajemman tuotevalikoiman.

AVAINLUKUJA 2016



Hallituksen toimintakertomus

Alkon tehtävänä on yli 4,7-prosenttisten alkoholijuomien vähittäismyynti ja roolinsa kautta alkoholihaittojen vähentäminen. Yhtiön strategisina tavoitteina on tarjota parasta asiakaskokemusta, parasta työtä, olla aktiivinen vaikuttaja yhteiskunnassa ja toimia tehokkaana yrityksenä. Vuoden 2016 aikana toteutettiin hankkeita kohti monikanavaista ja yhteisöllistä Alkoa.

Suomalaisista 60 (58) prosenttia pitää nykyisiä alkoholipoliittisia rajoituksia sopivina tai haluaisi tiukentaa niitä ja 32 prosenttia haluaisi löysentää rajoituksia. Liberaalimpaa alkoholipoliittikkaa kaipaavien suomalaisten osuus on laskenut.

Suomalaisista 62 prosenttia (60) pitää Alkoa hyvänä tapana rajoittaa alkoholihaittojen laajuutta. Suomalaisista 82 prosenttia katsoo, että Alko on onnistunut asiakaspalvelussa erittäin tai melko hyvin. Vastuullisuuden osalta 83 prosenttia on sitä mieltä, että Alko on täyttänyt tavoitteensa erittäin hyvin tai melko hyvin.

Tiedot selviävät Kantar TNS Oy:n ja Terveystieteiden tutkimuslaitoksen vuosittaisesta Alkoholipoliittiset mielenkiinnon tutkimuksesta, jota on tehty vuodesta 1984. Tutkimus julkaistiin helmikuussa 2017.

TUNNUSLUVUT

	2016	2015	2014
Liikevaihto, milj. €	1 162,7	1 158,9	1 179,8
Liikevaihto ilman alkoholijuomaveroa, milj. €	582,6	572,7	575,7
Liikevoitto, milj. €	46,6	49,7	50,5
Tuloverot varsinaisesta toiminnasta, milj. €	-9,5	-10,1	-10,5
Tilikauden voitto, milj. €	38,3	40,2	40,8
Varsinaisen toiminnan tulos, milj. €	38,3	40,2	40,8
Oman pääoman tuotto, %	49,6	51,7	53,8
Omavaraisuusaste, %	29,6	30,3	30,5
Taseen loppusumma, milj. €	256,3	256,4	253,7
Bruttoinvestoinnit käyttöomaisuuteen, milj. €	7,4	4,7	6,0
Henkilöstön keskimääräinen lukumäärä tilikauden aikana	2 385	2 415	2 527
Palkat ja palkkiot tilikaudelta, milj. €	70,5	67,4	68,0

Alkon alkoholijuomaverollinen liikevaihto oli 1 162,7 miljoonaa euroa (1 158,9). Liikevaihto ilman alkoholijuomaveroa oli 582,6 miljoonaa euroa (572,7). Liikevaihdon hienoiseen kasvuun vaikutti laadukkaampien tuotteiden myynnin kasvu ja yleisen hintatason maltillinen nousu.

Liikevoitto oli 46,6 miljoonaa euroa (49,7), joka on 4,0 prosenttia alkoholijuomaverollisesta liikevaihdosta (4,3). Kiinteät kustannukset olivat 155,1 miljoonaa euroa (152,7).

Alkon tulos laski edellisvuodesta, mutta oli merkittävästi budjetoitua parempi. Alko panosti vahvasti monikanavaisen asiakaspalvelun kehittämiseen. Arkadian lippulaivamyymlä uusittiin uuden konseptin mukaiseksi ja Alkon verkkokauppa avautui loppuvuodesta tarjoten asiakkaillemme entistä laajemman tuotevalikoiman.

Rahoitustuotot vuonna 2016 olivat 1,2 miljoonaa euroa (0,7). Tilikauden voitto oli 38,3 miljoonaa euroa (40,2). Tulos oli budjetoitua parempi.

Taseen loppusumma oli 256,3 miljoonaa euroa (256,4). Tase pysyi ennallaan edellisvuoteen verrattuna.

Omavaraisuusaste oli 29,6 prosenttia (30,3).

Yhtiön kokonaisinvestoinnit olivat 7,4 miljoonaa euroa (4,7). Investoinnit kohdistuivat myymäläverkoston kehittämiseen sekä strategian mukaisiin hankkeisiin.

Verotus ja hinnat

Alkoholijuomien valmisteveroon ei kohdistunut muutoksia vuonna 2016.

Alkon vähittäismyyntihinnat nousivat tavarantoimittajien tekemien hinnankorotusten johdosta vuoden aikana 0,4 prosenttia. Hintoja muutettiin helmi-, kesä- ja lokakuussa.

Myyntin kehitys

TNS Gallupin tutkimuksen mukaan alkoholin matkustajatuonnin määrä sataprosenttiseksi alkoholiksi muunnettuna kasvoi 4,9 prosenttia vuoteen 2015 verrattuna. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos julkaisee alkoholin kulutustiedot sivuillaan (www.thl.fi) huhtikuussa 2017.

Alkon myynti litroina väheni 93,5 miljoonaan litraan (94,0), joka oli 0,6 prosenttia vähemmän kuin edellisvuonna.

Väkevien alkoholijuomien litramyynti väheni 1,6 prosenttia ja panimotuotteiden 1,4 prosenttia. Mietojen viinien litramyynti pysyi ennallaan.

Tuoteryhmä	Myynti 2016 miljoonina litroina	Myynti 2015 miljoonina litroina	Muutos edelliseen vuoteen, miljoonaa litraa	Muutos edelliseen vuoteen, prosenttia
Vodkat ja viinat	13,9	14,1	-0,2	-1,7
Muut väkevät	7,6	7,6	-0,0	-0,5
Väkevät viinit	3,0	3,1	-0,1	-4,0
Punaviinit	24,5	24,9	-0,4	-1,6
Valkoviinit	21,2	21,1	0,0	0,2
Kuohuviinit	5,4	5,2	0,2	3,5
Roseeviinit	1,0	0,9	0,1	16,0
Muut miedot viinit	1,9	1,8	0,0	1,4
Siiderit	0,7	0,7	-0,0	-2,5
Longdrinkit	5,6	5,7	-0,1	-1,1
Oluet	8,5	8,6	-0,1	-1,6
Alkoholittomat	0,5	0,4	0,1	26,9
Yhteensä	93,5	94,0	-0,5	-0,6
Yhteensä 100 %:n alkoholina	15,7	15,8	-0,1	-0,8

Paras asiakaskokemus

Alkolla oli vuoden 2016 lopussa 353 (351) myymälää ja verkkokauppa. Myymäläverkostoa täydensi 66 (94) nou-topistettä. Alkon myymälöissä kävi 57,7 (57,7) miljoonaa asiakasta.

Alkon asiakastytyväisyys parantui edelleen edellisestä vuodesta. Kansallisessa asiakaspalvelupalautetutkimuksessa Alkon arvosana oli kaikkien aikojen korkein, 8,55 (8,50). Tutkimuksen mukaan Alko oli asiakaskokemuksessa kauppaketjujen ykkönen jo viidettä vuotta peräkkäin. Kauppaketjujen lisäksi Alkoa verrattiin yhteensä 30 suomalaiseen palveluyritykseen eri toimialoilta, ja tässä koko tutkimusryhmässä Alkolla oli toiseksi tyytyväisimmät asiakkaat kirjaston jälkeen.

Alko avasi verkkokaupan yritysasiakkaille elokuussa ja kuluttajille marraskuussa 2016. Verkkokaupalla Alko tavoittelee entistä parempaa asiakaspalvelua tarjoamalla palveluita ja kohtaamispisteitä asiakkaille monikanavaisesti. Asiakkaat tekivät verkkokaupasta marras- ja joulukuun aikana yli 10 000 tilausta ja verkkokauppa oli Alkon suurin myyntipiste tänä aikana. Alko jatkaa digitaalisten palveluidensa kehittämistä jatkossakin. Monikanavaisuus näkyy myös uudessa Alkon myymäläkonseptissa. Alkon lippulaivamyymälä Arkadia oli ensimmäinen uuden konseptin mukainen myymälä ja se avattiin syyskuussa 2016.

Tuotteet

Alkon valikoimassa oli juomia 69 (64) maasta. Juomia ostetaan 197 (161) kotimaiselta maahantuojalta tai valmistajalta sekä 276 (263) ulkomaiselta tavarantoimittajalta.

Vuoden 2016 aikana Alkosta myytyjen tuotteiden lukumäärä oli 6 451 (5 705).

Alko ottaa uusia tuotteita myyntiin viikoittain. Vakiovalikoimaan tuli 1 090 (754) uutta tuotetta vuonna 2016. Tilausvalikoimaan uutuuksia tuli 765 (415). Myynnissä on myös alkoholittomia juomia 94 (49) ja tarvikkeita.

Paras työ

Henkilöstön lukumäärä oli vuoden 2016 lopussa 2 655 (2 525) työntekijää. Henkilötyövuosiksi muunnettuna koko- ja osa-aikatyötä tekevien henkilöiden työpanos oli 1 856 (1 821) henkilötyövuotta. Keskimäärin Alkon palveluksessa oli vuoden 2016 aikana 2 385 henkilöä (2 415). Henkilöstön työtunnit suunnitellaan asiakasvirtojen perusteella, panostaen erityisesti sesonkeihin ja muihin asiakasvirtojen huippuihin.

Koulutuspäiviä oli keskimäärin 4,0 (3,5) työntekijää kohden. Koulutusten tavoitteena on antaa myymälähenkilökunnalle ajantasainen tieto tuotteistamme ja palvelukonsepteistamme ja tukea näin asiakaskokemuksen kehittämistä.

Vuosi 2016 oli Paras työ -strategian näkökulmasta uudistumisen ja oppimisen vuosi. Monikanavaisuus ja yhteisöllisyys nostettiin kärkiteemoiksi, jotka näkyivät kaikessa tekemisessä niin koulutusten, palkitsemisen kuin esimiestyön kehittämisenkin osalta. Teemaa tuettiin myös koko henkilöstöä koskevalla MyAlko (monikanavainen ja yhteisöllinen Alko) -valmennuskokonaisuudella.

Koko henkilökunta on strategiapalkkiojärjestelmän piirissä. Järjestelmä sisältää vastuullisuus-, asiakas-, henkilöstö- ja tehokkuusnäkökulmien mittareita sekä ohjaa yhdessä onnistumiseen ja strategian saavuttamiseen.

Palkat ja palkkiot henkilökunnalle olivat yhteensä 70,5 (67,4) milj. euroa. Vuoden 2016 osalta henkilökunnalle ja johdolle maksetaan kannustinpalkkiota henkilösivukuluineen 2,8 milj. euroa (3,4) eli 3,2 (4,0) prosenttia henkilöstökuluista.

Alkoholipoliittinen vastuu

Ikäraja-, päihtymysepäily- ja välittämisepäilytarkistukset ovat osa Alkon vastuullista asiakaspalvelutyötä. Vuonna 2016 asiakkaista 3,8 (3,7) miljoonaa todisti täysi-ikäisyytensä, päihtymysepäilytarkistuksia tehtiin 0,63 (0,63) miljoonaa ja välittämisepäilytarkistuksia 0,34 (0,31) miljoonaa. Ikärajavalvonnan onnistumista mitattiin Mystery Shopping -tutkimuksella, jonka tulos oli 91 (90) prosenttia.

Alkon Lasten seurassa -ohjelman kärkihanke vuonna 2016 oli Fragile särkyvää -teatteriesitys, joka vieraili teattereissa ja kouluissa eri puolilla Suomea. Alko jatkoi Selvästi hyvää työtä -ohjelman, sekä Sata lasissa -hankkeen toteutusta. Ohjelmat jatkuvat myös vuonna 2017.

Ympäristövastuu ja vastuullinen hankinta

Vastuullisen hankinnan tarkastuskäynnit jatkuivat tuotanto-olosuhteiltaan riskialttiisiin maihin. Auditointeja toteutettiin kuudelle viinintuottajalle ja yhdelletoista rypäletilalle. Alkoholijuomien valmistuksessa sadonkorjuun sesonkiluonteisuus sekä alkutuotannon kustannuspaineet asettavat haasteita työ- ja ihmisoikeuksien toteutumiselle. Etelä-afrikkalaisella tilalla todettiin työntekijöiden halventavaa kohtelua. Havainto käynnisti nollatoleranssiprosessin, jossa osapuolet yhdessä sopivat välittömistä korjaustoimenpiteistä.

Systembolaget, Vinmonopolet ja Alko kävivät keväällä Etelä-Afrikassa, jossa vierailtiin aiemmin auditoiduilla viinintuottajilla ja tavattiin paikallisia toimialan järjestöjä. Alko järjesti maahantuojille BSCI- ja ympäristöasioiden tietoisuutta, jossa käytiin läpi BSCI:n periaatteita ja mm. tehtyjen auditointien tuloksia sekä luomuviljelyn periaatteita. Alkon maahantuojille ja tuottajille tarkoitetun eettisten toimintaperiaatteiden verkkokoulutuksen oli vuoden loppuun mennessä suorittanut 212 maahantuojan edustajaa. Verkkokoulutuksen suoritus vaaditaan kaikilta maahantuojilta kesäkuun 2017 loppuun mennessä.

Alkon ympäristöjärjestelmä sertifioitiin uuden ISO 14001:2015 -standardin mukaisena. Ympäristöjärjestelmän ulkoisia auditointeja tehtiin kuuteen myymälään, kolmeen aluetoimistoon ja pääkonttorille. Myymälöissä tehtiin 17 sisäistä ympäristöauditointia. Pohjoismaisten alkoholimonopoliin yhteinen ympäristötutkimus eteni ja valmistui tammikuussa 2017.

Osakkeet ja osakkeenomistaja

Suomen valtio omistaa Alkon koko osakekannan (10 000 000 osaketta).

Hallinnointi

Alkon yhtiökokous valitsi 19.5.2016 hallituksen puheenjohtajaksi ekonomi Harri Sailaksen ja varapuheenjohtajaksi valtiotieteiden maisteri, ylijohtaja Kirsi Varhilan. Jäseniksi yhtiökokous valitsi valtiotieteiden lisensiaatti, toiminnanjohtaja Sari Aalto-Matturin, lääketieteen ja kirurgian tohtori, pääjohtaja Juhani Eskolan, oikeustieteen kandidaatti Leila Kostiaisen, filosofian maisteri Kuisma Niemelän ja valtiotieteiden lisensiaatti, finanssineuvos Jarmo Väisäsen.

Hallituksen kokouksiin osallistuivat ilman äänioikeutta henkilöstön edustajat Mikko Eronen ja Riina Väntsi.

Hallituksella on tarkastus-, henkilöstö- ja alkoholipoliittinen valiokunta.

Yhtiön tilintarkastajaksi valittiin tilintarkastusyhteisö KPMG Oy Ab. Vastuullisena tarkastajana toimi KHT Lasse Holopainen.

Riskienhallinta

Alkon hallitus vastaa yhtiön riskienhallintapolitiikasta ja valvoo sen toteuttamista. Toimitusjohtaja vastaa yhdessä johtoryhmän kanssa siitä, että riskienhallintapolitiikkaa noudatetaan ja että riskienhallinta on asianmukaisesti järjestetty.

Alkon riskienhallinta tarkoittaa systemaattista ja ennakoivaa tapaa analysoida ja hallita toimintaan liittyviä uhkia. Riskit on jaoteltu vahinkoriskeihin ja strategisiin, operatiivisiin sekä taloudellisiin riskeihin.

Johtoryhmä arvioi säännöllisesti yhtiön toimintaan kohdistuvat mahdolliset riskit, joilla voi olla vaikutusta yhtiön tulevaisuuteen ja kannattavuuteen. Samalla riskeille nimetään vastuuhenkilöt, jotka määrittelevät ennaltaehkäisevät toimenpiteet ja vastaavat toimenpiteiden toteutuksesta. Kriittisimmät riskit ovat:

- Alkoholilain muutokset saattavat vaikuttaa yhtiöön merkittävästi.
- Alkoholijuomaveron muutos saattaa vaikuttaa alkoholijuomien matkustajatuonnin määrään ja siten Alkon myynnin kehitykseen ja kannattavuuteen.
- Alkon toiminnan keskeinen osa on vastuullinen asiakaspalvelu siten, että alaikäisille tai päihtyneille ei myydä alkoholia. Mahdolliset poikkeamat aiheuttavat yksittäisen myymälän tilapäisen sulkemisen.
- Yhtiön liiketoiminta perustuu toimiville ja luotettaville tietojärjestelmille. Tietojärjestelmien mahdolliset toimintahäiriöt tai se, etteivät ne vastaa liiketoiminnan vaatimuksiin, voivat aiheuttaa katkoksia liiketoiminnassa.
- Ympäristövastuun ja sosiaalisen vastuun riskit alkoholijuomien hankintaketjussa voivat toteutuessaan heikentää yhtiön mainetta vastuullisena toimijana.

Lähiajan näkymät

Vallitsevat terveyden ja hyvinvoinnin trendit, kuluttajien luottamus talouteen, sekä matkustajatuonti vaikuttavat alkoholin myyntiin Suomessa. Matkustajatuonti Virosta vähenee tulevina vuosina, sillä Viron hallitus on päättänyt merkittävistä alkoholin veronkorotuksista.

Alko jatkaa palveluverkoston kehittämistä vastatakseen erilaisiin asiakastarpeisiin. Vuonna 2017 Alko kehittää edelleen digitaalisia palveluitaan ja uusii myymälöitä päivitetyn myymäläkonseptin mukaisiksi.

Vuonna 2017 eduskunnan on määrä käsitellä uutta alkoholilakia, joka vaikuttaa Alkon rooliin tulevaisuudessa.

Hallituksen esitys voittovarojen käyttämisestä

Hallitus esittää, että muun oman pääoman rahastosta siirretään 446 631,82 euroa vapaaseen omaan pääomaan kattamaan työhyvinvoinnin parantamisen kuluja.

Emoyhtiön voitonjakokelpoiset varat 31.12.2016 ovat 56 415 591,23 euroa (57 660 014,44 euroa), josta tilikauden voitto on 38 308 944,97 euroa (40 247 544,66 euroa).

Hallitus esittää, että voitonjakokelpoiset varat käytetään seuraavasti:

euroa

- | | |
|---------------------------|---------------|
| • osinkona jaetaan | 30 000 000,00 |
| • jätetään omaan pääomaan | 26 415 591,23 |

Voitonjakokelpoiset varat 31.12.2016 56 415 591,23

Yhtiön taloudellisessa asemassa ei tilikauden päättymisen jälkeen ole tapahtunut olennaisia muutoksia. Yhtiön maksuvalmius on hyvä, eikä ehdotettu voitonjako vaaranna hallituksen näkemyksen mukaan yhtiön maksukykyä.

Helsingissä 17. päivänä maaliskuuta 2017

Hallitus

Hallintoneuvoston lausunto

Alko Oy:n hallintoneuvosto on käsitellyt yhtiön vuoden 2016 tilinpäätöksen sekä tilintarkastuskertomuksen, ja esittää lausuntonaan vuoden 2017 varsinaiselle yhtiökokoukselle, että yhtiön tuloslaskelma ja tase tilikaudelta 2016 vahvistetaan. Hallintoneuvosto yhtyy hallituksen voittovarojen käyttöä koskevaan ehdotukseen.

Helsingissä, 23. maaliskuuta 2017

Vesa-Matti Saarakkala
hallintoneuvoston puheenjohtaja

Anna-Maja Henriksson
hallintoneuvoston varapuheenjohtaja

Tuula Haatainen
hallintoneuvoston jäsen

Susanna Huovinen
hallintoneuvoston jäsen

Antti Kaikkonen
hallintoneuvoston jäsen

Osmo Kokko
hallintoneuvoston jäsen

Pauli Kiuru
hallintoneuvoston jäsen

Ulla Parviainen
hallintoneuvoston jäsen

Aino-Kaisa Pekonen
hallintoneuvoston jäsen

Tuomo Puumala
hallintoneuvoston jäsen

Päivi Räsänen
hallintoneuvoston jäsen

Sari Sarkomaa
hallintoneuvoston jäsen



YHTEYSTIEDOT

Alko Oy

PL 99, 00101 HELSINKI

käyntiosoite: Arkadiankatu 2

Y-tunnus 1505551-4

Kotipaikka Helsinki

etunimi.sukunimi@alko.fi

020 711 11 arkisin klo 8–16