

**Viite: kommenttipyyntöne, S-ryhmän vastuullisuusohjelma**

Finnwatch kiittää mahdollisuudesta kommentoida S-ryhmän 2.12. julkistettavaa vastuullisuusohjelmaa. Kuten S-ryhmä toteaa ohjelmassaan, se on yrityksenä iso kansallinen toimija, jonka valinnoilla ja linjauksilla on yhteiskunnallista merkitystä. S-ryhmä on myös aiemmin sitoutunut olemaan edelläkävijä vastuullisuudessa.

Finnwatch pitää tervetulleena S-ryhmän julkista vastuullisuustyön tavoitteiden asetantaa ja yhteiskuntavastuun laajaa ymmärtämystä. Finnwatch toivoo S-ryhmän esimerkin innoittavan myös muita suomalaisia yrityksiä julkaisemaan vastuullisuustyönsä tavoitteita laajamittaisesti.

Finnwatch kommentoi S-ryhmän uutta ohjelmaa erityisesti ihmisoikeuksien ja verovastuun näkökulmasta. Keskitymme siksi osioihin "Yhteiskunnan hyväksi" (alateema: ostajavoiman väärinkäyttö, veronmaksu), "Ilmastonmuutos ja kiertotalous" (alateema: tuotesertifiointit) ja "Eettinen toimintakulttuuri ja ihmisoikeudet" (alateema: alihankintaketjujen valvonta).

**Yhteiskunnan hyväksi**

S-ryhmän "Yhteiskunnan hyväksi" -osio käsittelee lyhyesti veronmaksua. Keskeisenä lupauksena S-ryhmä aikoo julkaista vuosittain verojalanjälkensä. Lupaus on tärkeä, mutta pääasiassa suomalaisena toimijana, jolla ei tiettävästi ole aggressiiviseen verosuunnitteluun käytettäviä yhtiörakenteita, S-ryhmän verojalanjälki (jota linjauksessa ei tarkemmin määritellä) ei tulle sisältämään suuria yllätyksiä.

Verovälttely nakertaa veropohjaa ja on johtanut yhteisöverokantojen alenemiseen niin Suomessa kuin globaalisti. Tuloksena yksittäiset kansalaiset vastaavat yhä suuremmalta osin yhteiskunnan peruspalveluiden rahoittamisesta. Suomessa suurin osa kansalaisista on S-ryhmän asiakasomistajia, ja S-ryhmä voisi osoittaa verovastuun aktiivisena edistäjänä johtajuutta.

**Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:**

- edistää keskeisimpien kansainvälisesti toimivien liikeyhtiönsä veronmaksun avoimuutta haastamalla ne julkistamaan maakohtaiset verotietonsa yleisölle.
- ryhtyy aktiiviseen vuoropuheluun kansainvälisesti toimivien liikeyhtiönsä kanssa, jotka harjoittavat aggressiivista verosuunnittelua. Vuoropuheluun tulee sisältyä mahdollisuus päättää liikesuhteet aggressiivista verosuunnittelua harjoittavien yritysten kanssa.

S-ryhmän vastuullisuusohjelman "Yhteiskunnan hyväksi" -osio käsittelee ylätasolla myös ostajavoiman väärinkäyttöä: yritys lupaa kantaa vastuuta kotimaisen elintarvikeketjun elinvoimaisuudesta. S-ryhmän linjauksen konkretia jää heikoksi. Ainut konkreettinen toimenpide, joka on mainittu, on vain vuoropuhelua lisäävien säännöllisten

keskustelutilaisuuksien järjestäminen. Merkittävin puute on, että linjaus rajautuu vain Suomeen.

Finnwatch huomauttaa, että globaalin elintarvikeketjun elinvoimaisuuden varmistaminen vaatisi huomattavasti nykyistä enemmän toimenpiteitä. Arkipäiväisten kulutustuotteiden kuten esimerkiksi kahvin, kaakaon ja useiden hedelmien tuottajat ovat ahtaalla hyvin alhaiselle tasolle poljetun markkinahinnan vuoksi. Keinotekoiset alhaiset tuottajahinnat ovat keskeinen syy muun muassa lapsityövoiman hyväksikäyttöön ja muihin työelämän oikeuksien loukkauksiin.

S-ryhmä on julkisuudessa kertonut toteuttavansa halpuuttamista alentamalla omia katteitaan. Tämä lupaus tuottajahintojen kiristämättä jättämisestä olisi ollut tärkeää kirjata uuteen vastuullisuuslinjaukseen. Kansainvälisesti sitovan kilpailulainsäädännön puuttuessa niin Suomessa kuin globaalisti tarvitaan huomattavasti enemmän keskustelua kaupan pelisäännöistä.

Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:

- käynnistää pilottihankkeen esimerkituotteiden hintarakenteen avaamiseksi kaikille sidosryhmilleen (kuluttajat, tuottajat ja tavarantoimittajat, media ja kansalaisjärjestöt).
- määrittelee julkisesti halpuuttamisen pelisäännöt ja takaa näin, että aggressiivista hintakilpailua ei käydä kestävästi tuottajien kustannuksella.
- laatii julkiset eettiset periaatteet ostajavoiman väärinkäyttämisen ehkäisemiseksi.
- ulottaa ostajavoiman väärinkäyttöä estävät periaatteet eteenpäin myös käyttämiinsä kansainvälisiin yhteisosto-organisaatioihin.

## **Ilmastonmuutos ja kiertotalous**

S-ryhmän vastuullisuusohjelman osiossa "Ilmastonmuutos ja kiertotalous" käsitellään useita tuotesertifiointeihin liittyviä linjauksia. Linjauksissa käsitellyt tuotesertifiointit koskevat ympäristökysymysten lisäksi myös sosiaalista vastuullisuutta.

**Soija:** S-ryhmä lupaa selvittää käyttämänsä soijan (elintarvikkeet ja rehu) ilmastovaikutukset ja laatia selvityksen pohjalta erillisen toimintaohjelman. Selvitystä ei tule kuitenkaan rajoittaa vain ympäristökysymyksiin, vaan niiden ohella on huomioitava sosiaalinen vastuullisuus. Soijaa viljellään useissa ns. riskimaissa, joissa tapahtuvassa tuotannossa on kohonnut riski työelämän oikeuksien loukkauksiin.

Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:

- selvittää käyttämänsä soijan ilmastovaikutusten lisäksi myös sosiaaliset vaikutukset ja siirtyy käyttämään vain vastuullisuussertifioitua soijaa.

**Kahvi:** S-ryhmä lupaa tavoitella sitä, että kaikki sen kaupan oma merkki -kahvit sekä ravintoloissa ja hotelleissa tarjottava kahvi on 100 prosenttia sertifioitua tai vastuulliseksi varmennettua\* vuoden 2019 loppuun mennessä.

S-ryhmä on jo aiemmin sitoutunut siihen, että 90 prosenttia sen oman merkin kahveista on vastuullisuussertifioitua vuoden 2017 alusta. Lisäksi kaikki Coffee House -ketjun kahvi on jo nyt vastuullisuussertifioitua.

Finnwatch muistuttaa, että myös kaikki S-ryhmän ABC-kahvila-ravintoloiden tarjoama kahvi oli sertifioitua jo vuonna 2007. S-ryhmä on siis ottanut takapakkia horeca-sektorilla tarjoamansa kahvin vastuullisuudessa. Myös S-ryhmän kilpailijat ovat sertifiointien suhteen S-ryhmää edellä: esimerkiksi Keskon kaikki oman merkin kahvit ovat jo nyt 100 prosenttia sertifioituja. S-ryhmän oman merkin ja horeca-puolella käytettävän kahvin sertifiointi ja

vastuullisuusvarmennusta koskeva tavoite (100 prosenttia vuoteen 2019 mennessä) ei siis ole erityisen kunnianhimoinen ja S-ryhmän tulisi pystyä parempaan.

Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:

- siirtyy vuoden siirtymäajalla käyttämään horeca-puolella 100 prosenttisesti vastuullisuussertifioitua kahvia.
- tarjoaa kahviloiden ja ravintoloiden asiakkaille siirtymäajan aikana vastuullisuussertifioitua kahvia vaihtoehtona.
- siirtyy nykyisten ostosopimusten päätyttyä käyttämään oman merkin tuotteissa vain vastuullisuussertifioitua kahvia.
- asettaa tavoitteeksi kunnianhimoisimpien kahvisertifikaattien käytön eikä hyväksy vastuullisuusvarmennettua kahvia todisteeksi vastuullisuusvaatimusten täyttämisestä. S-ryhmän tulee sitoutua vuosittain lisäämään Reilu kauppa -sertifioidun kahvin määrää sekä osallistua aktiivisesti kaikkien vastuullisuussertifiointien kehittämistyöhön. Erityisesti tulee nostaa esiin kahviplantaasien ja pientilojen työntekijöiden heikko asema ja elämiseen riittävän palkan kysymykset sekä kahviostajien velvollisuus maksaa kestävän tuotannon kustannukset kattava ostohinta.

**Tee:** S-ryhmä tavoittelee sitä, että kaikki sen oman merkin teet sekä hotelleissa ja ravintoloissa tarjottava tee on vastuullisuussertifioitua tai vastuulliseksi varmennettua vuoteen 2020 mennessä. Finnwatch pitää tavoitetta kunnianhimmottomana. Kansainvälisesti lukuisat vähittäiskaupan ketjut ovat jo nyt siirtyneet tarjoamaan asiakkailleen pelkästään vastuullisuussertifioitua oman merkin teetuotteita.

Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:

- siirtyy välittömästi tarjoamaan kaikissa sen hotelleissa, ravintoloissa ja kahviloissa vastuullisuussertifioitua teetä.
- siirtyy nykyisten ostosopimusten päätyttyä käyttämään oman merkin tuotteissaan vain vastuullisuussertifioitua teetä.
- asettaa tavoitteeksi kunnianhimoisimpien teesertifikaattien käytön eikä hyväksy vastuullisuusvarmennettua teetä todisteeksi vastuullisuusvaatimusten täyttämisestä. S-ryhmän tulee sitoutua vuosittain lisäämään Reilu kauppa -sertifioidun teen määrää sekä osallistua aktiivisesti kaikkien vastuullisuussertifiointien kehittämistyöhön.

**Kaakao:** S-ryhmä tavoittelee sitä, että sen oman merkin kaakaot ja suklaat ovat 100 prosenttia vastuullisuussertifioitua vuoden 2020 loppuun mennessä. Finnwatch pitää tavoitetta kunnianhimmottomana. S-ryhmä on jo nyt kilpailijoitaan jäljessä: Keskon kaikki oman merkin suklaat ovat jo vastuullisuussertifioitua ja Lidl on oman merkin tuotteidensa avulla vienyt jo pitkään voiton kaikissa Finnwatchin laatimissa sesonkisuklaita koskevissa vertailuissa.

Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:

- siirtyy nykyisten ostosopimusten päätyttyä käyttämään oman merkin tuotteissa vain vastuullisuussertifioitua kaakaota.
- asettaa siirtymäajan kaikille bränditoimittajille vastuullisuussertifioidun suklaan tarjoamisesta S-ryhmän valikoimiin. Vuoden 2020 jälkeen S-ryhmän ei tule hyväksyä myymälöidensä valikoimiin lainkaan ei-sertifioitua suklaata.

**Puuvilla:** S-ryhmä lupaa laatia selvityksen kestävämmiin tuotetun puuvillan vaihtoehtoista tekstiilituotteissa. Tavoite on epäselvä: vaihtoehdot kestävämmiin tuotetusta puuvillasta ovat jo alan isojen toimijoiden tiedossa ja useiden yritysten käytössä. Esimerkiksi H&M:llä kestävä puuvillan osuus tuotteissa on jo nyt 31 prosenttia, KappAhlilla 24 prosenttia, ja Ikealla 100 prosenttia. S-ryhmän tavoitetta pelkän selvityksen tekemisestä voidaan pitää kunnianhimmottomana.

Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:

- asettaa selkeät tavoitteet vastuullisuussertifioidun puuvillan osuuden lisäämisestä kaikissa oman merkin tuotteissaan.
- S-ryhmä asettaa sertifiointitavoitteet kilpailijoitaan korkeammalle.

**Eettinen toimintakulttuuri ja ihmisoikeudet**

S-ryhmän uuden vastuullisuusohjelman kunnianhimoisimmat linjaukset löytyvät "Eettinen toimintakulttuuri ja ihmisoikeudet" -osiosta, jossa käsitellään hankintaketjun vastuullisuusvalvontaa ja avoimuutta. Linjausten kirjaukset ovat kuitenkin vielä niin ylätasolla, että voimme kommentoida niitä vain yleisesti.

S-ryhmän avoimuutta koskevat linjaukset eivät sisällä uusia avauksia. S-ryhmä sitoutui jo vuonna 2011 omamerkkielintarvikkeiden pääraaka-aineen valmistusmaan julkaisemiseen sekä vuonna 2015 maahantuomiensa tekstiilien ja omamerkkitekstiilien tehdastietojen julkaisemiseen.

Finnwatch suosittaa, että S-ryhmä:

- asettaa tavoitteeksi tuotantoketjun läpinäkyvyyden merkittävän lisäämisen uutta teknologiaa hyödyntämällä. Kuluttajan ja muiden sidosryhmien tulee voida tulevaisuudessa selvittää tuotteen viivakoodilla, QR-koodilla, Blue Numberilla tai muulla vastaavalla tavalla tuotteen tuotantoketju, sekä saada tietoonsa perusasiat tuotteen vastuullisuuden valvonnasta kuten esimerkiksi siitä, onko tuotteen tuottaja vastuullisuusauditointien piirissä.

S-ryhmä lupaa myös, että sen omien merkkien ja oman maahantuonnin riskimaatoimittajista 100 prosenttia on auditoitu BSCI-auditoinnilla tai vastaavalla kolmannen osapuolen auditoinnilla, mutta ei määrittele tavoitteelle aikarajaa tai auditointien tuloksille tavoitetasoa.

S-ryhmä on markkinajohtaja ja sillä on mahdollisuus vaikuttaa laajasti myös omien tavarantoimittajiensa yritys vastuun kehittämiseen. Finnwatch pitää tärkeänä sitä, että S-ryhmä sitoutuu kouluttamaan yhteistyökumppaneitaan ihmisoikeuskysymyksissä sekä laatii kaikille tavarantoimittajilleen ihmisoikeusriskien arvioinnin.

Erityisen tärkeitä ovat seuraavat vastuullisuusohjelman kirjaukset:

- "Luomme mallin, jolla toimittaja-auditointien lisäksi edistetään ihmisoikeuksia korkean riskin maissa vuoden 2019 loppuun mennessä."
- "Käynnistämme yhteistyöhankkeen työntekijöiden järjestäytymisoikeuksien edistämiseksi korkean riskin maissa vuoden 2018 loppuun mennessä."

Finnwatch on jo pitkään peräänkuuluttanut yrityksiltä auditointi- ja sertifiointiohjelmien lisäksi tehtäviä toimenpiteitä, joilla puututtaisiin auditointien ongelmiin ja prosessuaalisiin oikeuksiin kuten ammatillisen järjestäytymisvapauden edistämiseen liittyviin haasteisiin.

Finnwatch toivoo, että S-ryhmä toimeenpanee nämä vastuullisuusohjelman kirjaukset kunnianhimoisella tavalla ja yhteistyössä sidosryhmien kanssa.