



PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA JA YMPÄRISTÖ

Katsaus päivittäistavarakaupan ympäristövaikutuksiin vuonna 2003



KESTÄVÄ KEHITYS PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPAA KOSKEVASSA PÄÄTÖKSENTEOSSA

Vielä 1990-luvulla käytiin voimakasta keskustelua siitä, ovatko talouden kulutuksen ja tehokkuuden kasvun tavoitteet peruuttamattomassa ristiriidassa ympäristön kestävä kehityksen vaatimusten kanssa. Keskustelu oli monella tapaa hyödyllistä. Talouselämä joutui tunnustamaan kasvun ehdot, mutta samalla huomattiin, että tehokkuuden tavoittelu ja uuden teknologian hyödyntäminen voitiin suunnata kestävä kehitystä vahvistavalla tavalla.

Logistiikan tehostuminen on lisännyt elintarvikealan ekotehokkuutta. Kun elintarvikealan kilpailu Suomen EU-jäsenyyden myötä vapautui, siirryttiin vähitellen teollisuuden suoratoimituksista kaupan yhdistettyyn jakeluun. Muutos vähensi kuljetuskilometrejä, polttoaineen kulutusta ja liikenteen päästöjä viidenneksellä. Teollisuuden suoratoimituksia on nykyään merkittävästi vielä meijerituotteissa, leipomotuotteissa sekä panimo- ja virvoitusjuoma-alalla. Näiden volyymeiltaan suurten tuoteryhmien jakeluratkaisuilla on paitsi merkittäviä kustannus- myös ympäristövaikutuksia.

Pakkausjätteen syntymistä jakelutoiminnassa kauppa on vähentänyt kehittämällä uudelleenkäytettäviä rullakoita, kuljetus- ja myymälälavoja sekä tuoretuotteiden muovisia kuljetuslaatikoita. Tämäkin kehitys on ollut järkevää samalla sekä ympäristön että logistiikkakustannusten kannalta.

Kuluttajan ympäristötietoisuus on viime vuosien aikana jatkuvasti kasvanut, ja kuluttaja haluaa omalla toiminnallaan vaikuttaa elinympäristönsä säilymiseen. Päivittäistavarakauppa on antanut kuluttajalle mahdollisuuden osallistua kierrätykseen ylläpitämällä juomapullojen ja -tölkkien palautusautomaatteja sekä perustamalla kierrätyspisteitä myymälöiden yhteyteen. Päivittäistavarakauppa on myös ollut alusta pitäen mukana erilaisissa ympäristömerkintäjärjestelmissä, joiden tarkoituksena on auttaa kuluttajaa valitsemaan ympäristöystävällisiä tuotteita. Ympäristövastuusta onkin tullut kaupalle tärkeä kilpailukeino ja osa yritysstrategiaa.

Tehokkuus- ja ympäristötavoitteet voidaan yhdistää. Kansainvälisen kilpailun myötä myös kotimarkkinakaupan on parannettava tuottavuuttaan. Vähittäiskaupan aukiolomahdollisuuksien lisääminen tehostaisi kiinteistöjen käyttöä, kuten myös mietojen alkoholijuomien ja itsehoitolaäkkeiden myynnin salliminen päivittäistavarakaupassa. Hyödykemerkkinoiden vapauttamisella olisi myös merkittävä kuluttajien asiointimatkoja vähentävä vaikutus ja se tukisi lähikauppojen toimintaedellytyksiä. Päivittäistavarakauppa pyrkii sijoittamaan 1,8

miljoonan myyntineliömetrin palveluverkkonsa tehokkaasti ja olemassa olevaa yhdyskuntarakennetta tukevalla tavalla.

Tämä julkaisu on ensimmäinen raportti päivittäistavarakaupan kokonaisympäristövaikutuksista. Vaikka yritysten tuottama ympäristötieto ei olekaan vielä täysin yhteensopivaa, julkaisu antaa luotettavan kuvan toimialan ympäristövaikutusten suuruusluokasta ja ympäristövaikutuksiin vaikuttavista tekijöistä. Ympäristötiedon kerääminen on tärkeää parhaiden käytäntöjen levittämiseksi toimialalla ja ympäristöasioita koskevan yhteistyön tehostamiseksi koko suomalaisessa elintarvikeketjussa. Päivittäistavarakauppa ry kehittää toimialan ympäristölaskentaa edelleen ja tuottaa jäsenyrityksilleen vertailutietoa tavoitteellisen yritys- ja toimialakohtaisen ympäristötyön tarpeisiin.



Osmo Laine

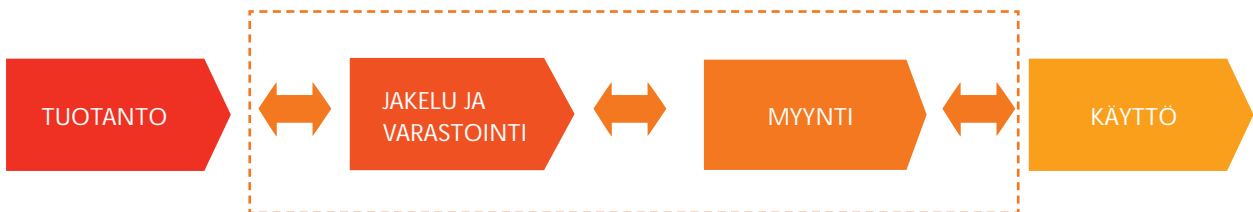
Päivittäistavarakauppa ry:n toimitusjohtaja

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN MERKITTÄVÄT YMPÄRISTÖVAIKUTUKSET

Raportin rajaukset

Tämä julkaisu on lyhennelmä Päivittäistavarakauppa ry:n (PTY) maa- ja metsätalousministeriön tuella toteuttamasta päivittäistavarakaupan ympäristö- ja logistiikka-asioita koskevasta selvityksestä, joka on kokonaisuudessaan nähtävillä yhdistyksen kotisivuilla osoitteessa www.pty.fi. Selvitys koskee Päivittäistavarakauppa ry:n jäsenyrityksiä, joiden osuus päivittäistavarakaupan vähittäismyynnistä Suomessa vuonna 2003

oli 93,3 %. Mukana ovat myös yrityksiä palvelevien hankinta- ja logistiikkayhtiöiden tiedot, samoin kuin muut jäsenyrityksiä palvelevat välittömät kuljetukset sekä kuluttajien kaappoihin kohdistamat asiointimatkat. Näin on pyritty kartoittamaan kaupan vaikutusmahdollisuuksia arvoketjunsä ympäristöasioihin niin laajasti kuin mahdollista.



Kuva 1. Raportin kattama osuus päivittäistavarakaupan arvoketjussa.

Merkittävät ympäristövaikutukset

Päivittäistavarakauppa on merkittävässä roolissa kuluttajan ja teollisuuden välissä. Tarjoamalla kuluttajille tietoa tuotteiden alkuperästä, ympäristöominaisuuksista, oikeasta käytöstä ja säilytyksestä kauppa mahdollistaa kuluttajien ympäristötietoiset valinnat. Sijoittamalla kuluttajien asiointireittien varrelle ja tarjoamalla laajempia palvelukokonaisuuksia kauppa vähentää kuluttajien asiointimatkojen aiheuttamia ympäristövaikutuksia. Ylläpitämällä kierrätettävien ja uudelleenkäytettävien pakkausten palautuspisteitä kauppa antaa kuluttajalle mahdollisuuden osallistua pakkausjätteen vähentämiseen.

Tehostamalla logistiikkaa kauppa pienentää myymälöissä tarvittavaa varastointitilaa ja siten vähentää lämmitettävän kokonaistilan tarvetta. Samalla se vähentää kokonaiskuljetuskilometrejä, kuljetuksista aiheutuvia päästöjä ja polttoaineen kulutusta. Valikoimien ja toimitusten ohjauksella vähennetään hävikkiä. Lisäämällä tilojen energiatehokkuutta ja muuntojoustavuutta kauppa vähentää lämpö- ja sähköenergian kulutusta. Toimimalla yhteistyössä teollisuuden kanssa pakkausten suunnittelussa kauppa tehostaa myymälätilan käyttöä sekä vähentää materiaalien kulutusta ja jätteiden syntyä omassa toiminnassaan ja kuluttajan kotona.

Vaikutus	Vaikutusten syntyminen päivittäistavarakaupassa
<i>Ilmastonmuutos</i>	fossiililla polttoaineilla tapahtuva sähkön ja lämmön tuotanto, jäähditys, kuljetukset sekä autolla tehtävät asiointimatkat, kaatopaikalle päätyvä jäte
<i>Happamoituminen</i>	sähkön ja lämmön tuotanto, kuljetukset sekä autolla tehtävät asiointimatkat
<i>Energian käyttö</i>	sähkö- ja lämpöenergian kulutus, kuljetukset sekä autolla tehtävät asiointimatkat
<i>Veden kulutus</i>	sosiaalitoiltojen käyttö ja siivous, keittiöt
<i>Jätteiden kertyminen</i>	pakkausmateriaalien käyttö ja hyödyntäminen, hävikki
<i>Materiaalien kulutus</i>	pakkausmateriaalien käyttö ja hyödyntäminen

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN KESKEISET YMPÄRISTÖTUNNUSLUVUT VUONNA 2003

TUNNUSLUKU	ARVO	VERTAILU
TOIMINNOT		
Myynti	10,6 miljardia euroa	93 % Suomen päivittäistavarakaupan kokonaisymyynnistä
Myymlöiden lkm	3 931	81 % kaikista pt-myymlöistä
Myyntipinta-ala	175 ha	80 % kaikista pt-myymlöistä
Rakennuskannan kokonaisala	330 ha	0,8 % Suomen rakennusten kokonaiskannasta
Tavarankuljetukset	210 miljoonaa km	3 % kuorma- ja pakettiautojen kokonaisliikennesuoritteesta
Asiointimatkat	1 700 miljoonaa km	4 % henkilöautojen kokonaisliikennesuoritteesta
LUONNONVAROJEN KULUTUS		
Sähkön kulutus	1,15 miljoonaa MWh	1,3 % Suomen kokonaiskulutuksesta
Lämpöenergian kulutus	400 000 MWh	1,2 % Suomen kokonaiskulutuksesta
Primäärienergian kulutus	16 000 terajoulea	1,1 % Suomen kokonaiskulutuksesta
Veden kulutus	1 000 000 m ³	*
Pt-kaupan käytössä olevien tonttien pinta-ala	1 100 ha	*
Pakkausmateriaalien käyttö	66 000 tonnia	24 % maahantuoduista pakkauksista
Jätteiden ja hyötykäytettävien jakeiden kokonaismäärä	155 000 tonnia	6 % Suomen yhdyskuntajätteestä
PÄÄSTÖT		
Kasvihuonekaasupäästöt	1,2 miljoonaa tonnia CO ₂ -ekv	1,5 % Suomen kokonaispäästöistä
Happamoivat päästöt	4 500 tonnia SO ₂ -ekv	2 % Suomen kokonaispäästöistä
* koko Suomen kattavaa vertailulukua ei ole saatavilla		

PÄIVITTÄISTAVARA- KAUPAN TOIMINNOT

Päivittäistavara-kaupan toimintojen suuruusluokkaa arvioidaan tässä julkaisussa ympäristövaikutusten näkökulmasta. Mitä suurempi toimintojen volyymi on, sitä suuremmat ovat myös niiden aiheuttamat ympäristövaikutukset. Keskeisiä suuruusluokkaa kuvaavia tunnuslukuja ovat päivittäistavara-kaupan myynti, toimintoja palvelevien rakennusten kokonaispinta-ala sekä asiointimatkojen ja kuljetuskilometrien kokonaismäärä.

Myynti

Päivittäistavarojen vuosittainen kokonaisymyynti Suomessa on yhteensä noin 12 miljardia euroa. Tämä tarkoittaa noin 2 300 euroa jokaista suomalaista kuluttajaa kohti. PTY:n jäsenyritysten päivittäistavaramyynti vuonna 2003 oli yhteensä noin 10,6 miljardia euroa eli yli 93 % päivittäistavarojen vuosittaisesta kokonaisymyynnistä.

Rakennuskanta

Päivittäistavara-kauppaverkosto palvelee asiakkaitaan koko maassa yhteensä 4 842 myymälässä. PTY:n jäsenyritysten päivittäistavara-kauppoja oli Suomessa yhteensä 3 931 kappaletta vuonna 2003 eli 81 % kaikista Suomen päivittäistavaramyymälöistä. Päivittäistavaramyymälöiden yhteenlaskettu lukumäärä on viime vuosikymmeninä pienentynyt erityisesti kyläkauppojen vähenemisen johdosta, mutta näyttää viime vuosina vakiintuneen nykyiselle tasolle.¹

PTY:n jäsenyritysten päivittäistavara-kaupan käytössä oli vuonna 2003 yhteensä noin 3,3 miljoonaa huoneistoneliometriä (noin 330 ha), mukaan lukien päivittäistavara-kauppaa palvelevien varastojen ja terminaalarakennusten huoneistoala. Myyntipinta-ala PTY:n jäsenyritysten päivittäistavara-kaupan käytössä oli vuonna 2003 yhteensä noin 1,75 miljoonaa neliometriä (noin 175 ha) eli 80 % kaikkien päivittäistavaramyymälöiden pinta-alasta. Myyntipinta-ala käsittää myymälän asiakaspalvelualueen, kuten tavara-alueet, käytävät, lihatiskin palvelualueen, kassa-alueen sekä tuulikaapin. PTY:n jäsenyritysten päivittäistavara-kaupan käytössä olevien rakennusten osuus on noin 0,8 % Suomen asuin- ja toimitilarakennuskannasta.

Kuljetukset

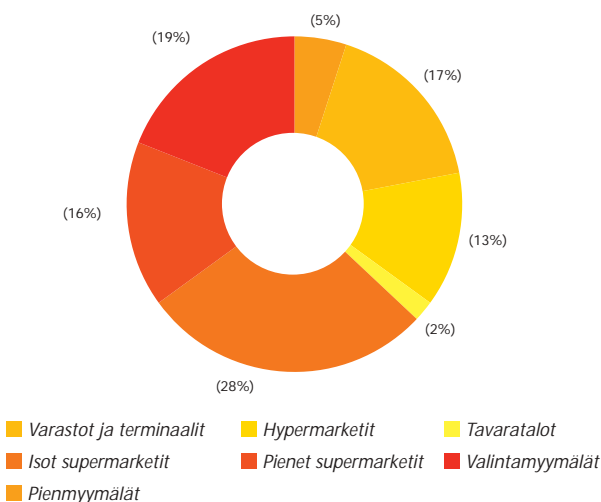
Tavarakuljetukset

PTY:n jäsenyritysten päivittäistavara-kauppaa palvelevien kuljetusten vuosittainen kokonaismäärä oli vuonna 2003 suuruusluokaltaan noin 210 miljoonaa kilometriä. Luvussa ovat mukana kaupan hankintakuljetukset, kaupan toimijoiden runko-, jakelu- ja paluukuljetukset sekä kauppaan suoraan toimittavien tavarantoimittajien kuljetusten PTY:n jäsenyrityksille kohdistettu osuus. Paluukuljetusten osuus kaupan kokonaisjakelun volyymista on noin 30 %. Näin saatu päivittäistavara-kauppaa palvelevan tavaraliikenteen osuus on noin 3 % kuorma- ja pakettiautojen kokonaisliikennesuoritteesta Suomessa vuonna 2003².

Asiointimatkat

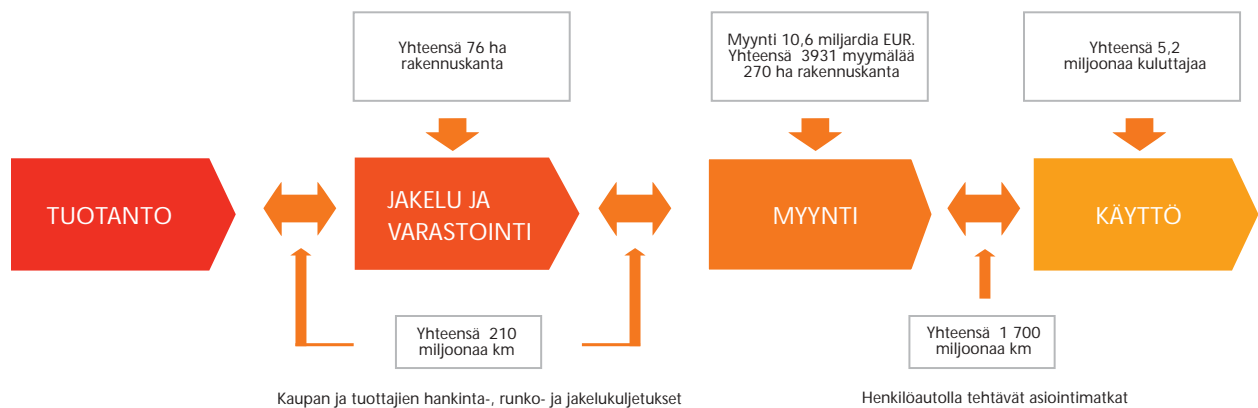
Kuluttajien päivittäistavara-kauppaan kohdistuvista asiointimatkoista ei ole olemassa kattavaa tilastointia. Niinpä asiointimatkat on arvioitu myymäläkohtaisesti tehtyjen kyselyjen sekä

Päivittäistavara-kaupan käytössä oleva huoneistoala (yhteensä 3,3 miljoonaa h-m²)



¹ Kauppa 2005. Kauppa yhdyskuntasuunnittelussa 2000. Edita, Helsinki; AC Nielsen: Päivittäistavara-kaupan myymälärekisteri 2003.

² Vertailuluvussa ovat mukana kuorma-ajoneuvojen ja pakettiautojen liikennesuoritteet, yhteensä 6635 miljoonaa km vuonna 2003 (<http://www.tiehallinto.fi/aikas/liiks.htm>).



Kuva 2. Päivittäistavara-kaupan toimintojen suuruusluokka.

asiointimatkoilla käytetyistä kulkuneuvoista ja keskimääräisistä asiointimatkoista saatavilla olevien PTY:n jäsenyristysten tilastojen perusteella. Arvioinnin perusteella kuluttajien PTY:n jäsenyristysten päivittäistavaramyymälöihin suuntautuvat, yksityisautolla tehtävät asiointimatkat olivat suuruusluokaltaan 1,7

miljardia kilometriä vuonna 2003. Luvussa eivät ole mukana loma- ja työmatkojen yhteydessä tehtävät asiointimatkat. Näin saatu asiointimatkojen osuus on noin 4 % henkilöautojen kokonaisliikennesuoritteesta Suomessa vuonna 2003¹.

¹ 42656 miljoonaa kilometriä vuonna 2003 (<http://www.tiehallinto.fi/aikas/liiks.htm>).

TOIMINTAYMPÄRISTÖN SUUNTAVIIVAT YMPÄRISTÖTYÖLLE

Kaupan alan yritysten toimintaympäristöllä ja siinä tapahtuvilla muutoksilla on merkittävä vaikutus yritysten ympäristö- ja logistiikkatyöhön. Kauppa voi itse vaikuttaa hankintaan, kilpailuun ja kustannuksiin liittyviin tekijöihin, mutta se ei pysty voimakkaasti vaikuttamaan väestö- ja kulutustekijöihin, kuluttajien ostokäyttäytymiseen tai lainsäädäntöön. Edellä mainittuihin tekijöihin kauppa voi vaikuttaa ainoastaan epäsuorasti, keskeisten sidosryhmiensä kautta.

Muutokset väestörakenteessa vaikuttavat myymälärakenteeseen ja kaupan sijoittumiseen

Kauppa sopeuttaa toimintansa yhteiskunnan rakenteeseen. Toisaalta myös kauppa vaikuttaa ympäröivän yhteiskunnan palvelurakenteeseen ja tuotantoon. Kaupan palveluverkon suunnittelussa avainasemassa ovat kaavoituksesta vastaavat kunnat ja maakuntien liitot.

Väestömäärä ja sen kasvu vaikuttaa eniten kaupan toimintaan ja myymäläverkon muotoutumiseen. Nyky-Suomessa väestö kaupungistuu ja keskittyy eteläisiin maakuntiin sekä muutamille kasvukeskusalueille. Henkilöauton omistuksen ja käyttömahdollisuuden yleistymisen on helpottanut kaupassa asiointia ja mahdollistanut pidemmällekin suuntautuvat ostomatkat.

Päivittäistavara- ja kaupan kiristyvän hintakilpailun myötä kasvaneet tehokkuusvaatimukset edellyttävät suuria myymäläkoja ja tehokasta logistiikkaa. Päivittäistavara- ja kaupan rakenteen muutokselle onkin tyypillistä hypermarkettien markkinaosuuden kasvu, myymälämäärän supistuminen, yksikkökoon kasvu ja myyntitehokkuuden lisäys.

Kaupunkien reuna-alueille tai ulosmenoväylien varteen sijoittuneiden suuryksiköiden on pelätty vievän asiakkaita lähijärjestelmistä erityisesti keskustakaupoilta. Kuluttajat näyttävät kuitenkin suosivan melko tasapuolisesti molempia myymälätyyppejä. Suuret ostokset tehdään usein henkilöautolla hypermarketeista viikonloppuisin, kun taas pienemmät täydennysostokset tehdään viikolla lähikaupoista.

Palvelujen suunnittelussa on otettava huomioon eri väestöryhmien tasapuoliset mahdollisuudet käyttää kaupan palveluja, kaupan taloudelliset toimintaedellytykset ja kilpailunäkökohdat sekä ympäristöä koskevat vaatimukset. Maaseudulla palvelujen saatavuuden kannalta olennaisia ovat uudet jakelukanavat, kuten liikennemyymälät ja entistä suuremmat elintarvikekioskit. Kaupunkikeskustoissa sijaitsevien myymälöiden elinvoimaisuus edellyttää riittävää myymäläkokoa sekä tehokasta huoltoa ja kuljetuksia myös keskusta-alueella.

Ympäristölainsäädäntö kehittyy jatkuvasti

Kaupan alan ympäristönäkökohtiin liittyvät asiat ovat yhä tarkemman viranomaissäätelyn kohteena. Päivittäistavara- ja kauppaa koskevia keskeisiä ympäristösäädöksiä ovat ympäristönsuojelulaki ja -asetus, jätelaki ja -asetus sekä sijoittumista ja rakentamista koskevat maankäyttö- ja rakennuslaki sekä -asetus. Alan lainsäädäntö on varsin kattava ja sitä kehitetään edelleen vastaamaan yhteiskunnan muutoksia ja tarpeita.

Päivittäistavara- ja kaupan vastaa itse tuottamansa jätteen jätehuollon järjestämisestä ja kustannuksista jätelain mukaisesti. Se on myös mukana tuottajan jätehuoltovastuuseen perustuvissa pakkausten tuottajayhteisöissä ja pakkausalan ympäristökisterissä (PYR). EU:n taholta tulevat uudet vaatimukset muuttavat kansallista lainsäädäntöä jatkuvasti. Erityisesti EU:n jätelainsäädäntö on kehittynyt viime aikoina voimakkaasti. Kaupan kannalta keskeisiä muutoksia ovat EY:n eläinperäisiä sivutuotteita koskeva asetus (2002/1774/EY) sekä EY:n jätteenpolttodirektiivi (2000/76/EY). Sivutuoteasetus mahdollisesti muuttaa kaupan biojätteen keräilykäytäntöjä ja siten aiheuttaa kustannuksia kaupalle. Jätteenpolttodirektiivi puolestaan voi vaikeuttaa kaupan energiajakeen hyödyntämistä.

Lainsäädännön vakiintumaton tilanne asettaa haasteita kaupan toiminnalle erityisesti jätehuoltoon ja jätteiden hyötykäyttöön liittyvissä asioissa. Keskenään hyvinkin erilaiset kuntakohtaiset jätehuoltomääräykset vaikeuttavat jätehuollon tehostamista esimerkiksi kauppaketjukohtaisiin sopimuksiin. Ongelmallisia ovat myös erilaiset käytännöt julkisen ja yksityisen sektorin jätehuoltojärjestelyissä ja -palveluissa.

Kaupan valikoimat seuraavat kysynnän muutoksia

Päivittäistavarakaupan kannalta merkittävin viimeaikainen kuluttajakäyttäytymisen muutos on kuluttajien tarpeiden eriytyminen. Kaupan valikoimat ovat viime vuosina laajentuneet merkittävästi, koska kaupan tulee pystyä palvelemaan hyvin erilaisia, aikaisempaa pienempiä kuluttajaryhmiä.

Asenteita mittaavissa tutkimuksissa kuluttajat antavat usein ymmärtää olevansa ”vihreämpiä” kuin heidän todellinen ostokäyttäytymisensä osoittaa. Vain hyvin pieni osa kuluttajista on esimerkiksi valmis maksamaan lisähintaa ympäristömyötäisiä tuotteista. Ulkomaisten halpaketjujen eli ns. hard discounter -ketjujen voidaan katsoa lisänneen kuluttajien hintatietoisuutta ja kokeilunhalua.

Tuontituotteiden määrä on päivittäistavarakaupassa jatkuvassa kasvussa, samoin kaupan omien merkkituotteiden (ns. private label -tuotteiden) määrä. Omien merkkien määrän lisääntyessä kaupan mahdollisuudet vaikuttaa tuotteiden sosiaalisiin ja ympäristövaikutuksiin kasvavat. Kauppa voi myös eri tavoin pyrkiä lisäämään ympäristömerkittyjen tuotteiden, luomutuotteiden ja Reilun kaupan tuotteiden kysyntää.



Suomen liittyminen EU:n jäseneksi, euron käyttöönotto ja EU:n laajeneminen ovat vaikuttaneet merkittävästi kaupan kilpailutilanteeseen. Alalla on tällä hetkellä havaittavissa verrattain voimakas kansainvälistymis- ja keskittymiskehitys. Ulkomaisten kauppaketjujen tulo Suomeen on toisaalta monipuolistanut ja piristänyt kauppaa. Toisaalta hintakilpailu ja sen myötä toiminnan tehokkuusvaatimukset ovat merkittävästi

kiristyneet. Tämän takia kansainvälisten ostoyhteisliittymien osuus kaupan ostoista on kasvanut ja kilpailutilanne pakottaa kaupparyhmät hyödyntämään myös halpatuontitavaraa. Vastuullisuus ympäristö- ja yhteiskuntavastuuasioissa nähdään kuitenkin suomalaisen kaupan kilpailuetuna pitkällä aikavälillä.



TOIMENPITEET YMPÄRISTÖVAIKUTUSTEN VÄHENTÄMISEKSI

Päivittäistavarakaupan yritykset ovat vähentäneet ympäristövaikutuksiaan pitkäjänteisellä ympäristötyöllä. Yritysten toiminnan merkittävimmät ympäristövaikutukset aiheutuvat energian kulutuksesta ja tuotannosta. Päivittäistavarakauppa on myös merkittävä pakkausmateriaalin kuluttaja ja pakkausjätteen tuottaja. Pääosa ympäristötyöstä onkin kohdistunut näihin osa-alueisiin. Lisäksi kaupan alan yritykset ovat aktiivisesti kehittäneet logistiikan sekä rakennusten ekotehokkuutta ja panostaneet ympäristöjohtamisen kehittämiseen, toimitusketjun hallintaan sekä ympäristö- ja yhteiskuntavastuuviestintään.

Luonnonvarojen käytön tehostaminen

Kauppa on toimintojaan yleisesti tehostaessaan parantanut ekotehokkuuttaan erityisesti käytetyn energian suhteen. Tehostaminen on ollut osa normaalia toimintaa, ja sen avulla on samanaikaisesti sekä vähennetty ympäristövaikutuksia että säästetty kustannussäästöjä. Tehostumista on saatu aikaan muun muassa rakennusten energiankulutuksessa ja tilankäytössä sekä kuljetuksissa.

Kaupan alaa koskevat energiaa säästävät suunnitteluratkaisut liittyvät pääosin merkittävimpiin kiinteistöjen energian kuluttajiin eli ilmanvaihtoon, valaistukseen ja kylmäsäilytykseen. Myymälöissä on panostettu muun muassa lämmön talteenottojärjestelmiin, lauhdelämmön hyötykäyttöön, energiansäästölamppuihin sekä luonnonvalon hyödyntämiseen. Energiakatselmuksukset ovat vakiintunut osa myymälöiden energiankulutuksen tehostamispyrkimyksiä. Yksi tulevaisuuden painopiste kaupan energiasäästöissä on kylmäsäilytyksen energiankulutuksen hyvä hallinta.

Kuljetusten energiatehokkuutta ovat parantaneet hyvät kuljetuskalusto, taloudellinen ajotapa, kuljetusten reittioptimointi ja paluulogistiikan hyödyntäminen. Kuljetuksissa on jo pitkään pyritty autojen mahdollisimman suureen täyttöasteeseen muun muassa siirtymällä teollisuuden kuljetuksista kaupan kuljetuksiin, joissa mahdollisimman suuri osuus tuotteista tuodaan myymälään yhdellä autolla. Paluukuljetusten kapasiteetin täysimääräistä hyödyntämistä vaikeuttavat viranomaisäädökset, jotka rajoittavat eri kuljetuserien, esimerkiksi elintarvikkeiden ja hyötykäyttäjien kuljettamista samalla kalustolla. Kuljetusyrittäjien suuri määrä asettaa myös haasteita kuljetusmäärien ja -päästöjen seurannalle ja tilastoinnille ja tätä kautta toiminnan edelleen kehittämiseksi.

Kauppa kehittää rakennusten ekotehokkuutta

Suurimmat kaupparyhmät ovat maassamme merkittäviä rakennuttajia. Tämän vuoksi yritykset ovat panostaneet ekotehokkaaseen rakennuttamismenettelyyn. Tavoitteena on optimoida rakennuksen elinkaaren aikaiset energia-, muutos- ja muut kustannukset sekä taloudellisin että ympäristökriteerein arvioituna.

PTY:n jäsenyritykset ovat aktiivisesti osallistuneet kiinteistöalan kehityshankkeisiin. Rakennus- ja kiinteistöalan ympäristötyön voidaan katsoa alkaneen vuosina 1994–1999 käynnissä olleesta Tekesin osin rahoittamasta rakentamisen ympäristöteknologia-ohjelmasta. Ohjelma keskittyi pääosin ekologisesti kestävään rakentamiseen.

Tämän jälkeen kehitystyötä jatkettiin muun muassa kiinteistö- ja rakennusalan toimijoiden koordinoimassa ProGresS-ohjelmassa sekä VISIO 2010 -kehitystyössä. ProGresS-ohjelma käynnistettiin vuonna 1999 edistämään suomalaisen kiinteistö- ja rakennusalan ympäristöosaamista ja kestävää kehitystä.

Vuonna 2002 koekäyttöön otettu PromisE – rakennusten ympäristöluokitus on Ympäristöministeriön, Motivan, Raklin, Tekesin sekä keskeisten asunto-, toimisto- ja liikekiinteistöjen omistajien yhteistyössä kehittämä markkinointityökalu, jonka ideana on arvioida rakennuksen merkittävimpiä ympäristövaikutuksia yksinkertaisten mittareiden avulla. Vuoden 2004 aikana työkalu laajenee kattamaan myös uudisrakentamisen. Erityisesti suuret kaupparyhmät ovat olleet aktiivisia luokitus-työkalun kehittämisessä ja ovat merkittävimpiä liikekiinteistöjen PromisE-luokituksen käyttäjiä. Lisäksi kaupan edustajia on osallistunut Rakennusteollisuus ry:n vetämään REM – rakennusten elinkaarimittaristo -hankkeeseen.

Uudelleenkäytettävät jakelupakkaukset, pakkausten standardointi ja keventäminen sekä ylipakkaamisen välttäminen ovat vähentäneet varastojen ja myymälöiden jätemääriä ja tilantarvetta sekä tehostaneet kuljetuksia.

Veden kulutus ei ole merkittävä ympäristönäkökohta päivittäistavara kauppatoiminnassa, sillä sen kulutus on vähäistä, ja on jatkuvasti edelleen vähentynyt. Tämä on seurausta kehittyneestä laitekannasta sekä putkirikkojen paremmasta havaitsemisesta.

Päästöjen vähentäminen

Kauppan toiminnasta aiheutuvat päästöt ilmaan jakautuvat useisiin eri lähteisiin. Kauppa voi vaikuttaa päästöjen vähentämiseen tehostamalla päästöjä aiheuttavien, pääasiassa fossiilisten polttoaineiden käyttöä sekä säästämällä niillä tuotettua energiaa. Ostamansa energian tuotannon päästöihin kauppa voi vaikuttaa suosimalla uusiutuvilla energialähteillä tuotettua energiaa.

Kuljetusten pakokaasupäästöjä pyritään pienentämään käyttämällä kuljetuskalustossa ympäristöystävällistä teknologiaa, kuten katalysaattoreita. Lisäksi kuljettajia on opastettu taloudelliseen, energiaa säästävään ajotapaan ja tyhjäkäynnin välttämiseen.

Pakkausten käytön vähentäminen

Päivittäistavara kauppa toimii aktiivisesti pakkausten standardoinnin, materiaalien käytön vähentämisen ja ympäristömyötäisten materiaalien käytön lisäämisen hyväksi muun muassa suomalaisissa tuottajayhteisöissä ja kansainvälisissä standardiorganisaatioissa. Pakkaussuunnitteluun panostaminen nähdään keskeisenä tulevaisuuden asiana. Standardien luominen on tärkeää erityisesti kuljetusten ja myymälöiden tilankäytön tehostumisen kannalta. Standardikokoiset pakkaukset voidaan esimerkiksi sijoittaa tiiviimmin määritellyn kokoihin jakelupakkauksiin ja myymälähyllyihin.



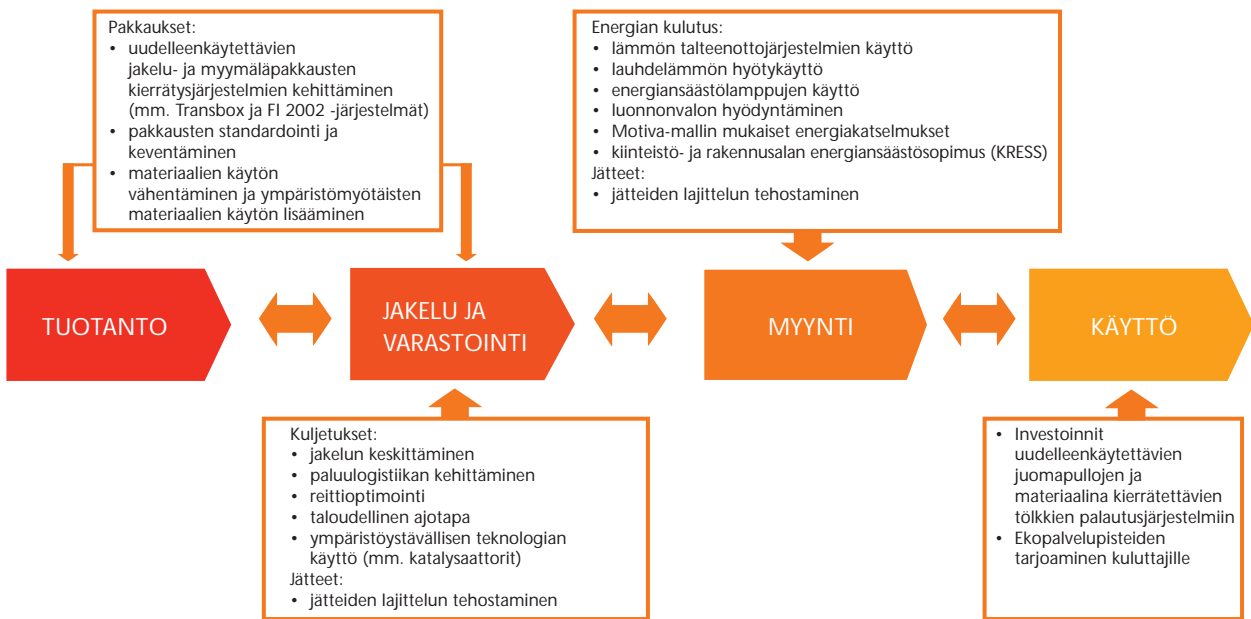
Kauppa investoi vuosittain noin 40 miljoonaa euroa tyhjen juomapakkausten käsittelyyn

Suomessa pantillisten juomapullojen ja -tölkkien palautusaste on huomattavan korkea. Pantillisista juomapulloista palautuu yli 98 % ja pantillisista tölkeistä noin 90 % takaisin kiertoon. Päivittäistavara kaupalla on merkittävä rooli järjestelmän ylläpidossa, ja se vastaa myyntiosuuttaan suuremmasta palautuvien pakkausten vastaanotosta.

Pullojen palautusautomaatteja on päivittäistavara kauppan yhteydessä noin 2 800 kappaletta. Tölkkien palautuspisteitä on Suomessa kaikkiaan noin 6 000, ja valtaosa myös niistä sijaitsee päivittäistavara kauppan toimipisteissä.

Päivittäistavara kauppa on investoinut huomattavasti juomapullojen sekä tölkkien palautuspisteisiin. Selvittäessään vuonna 2000 tyhjen juomapakkausten käsittelyyn liittyviä kokonaiskustannuksiaan kauppa arvioi niiden olleen vuositasolla noin 40 miljoonaa euroa.





Kuva 3. Keskeiset toimenpiteet päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi.

Kaupan alan yritykset ovat olleet edelläkävijöitä uudelleenkäytettävien pakkausten kierrätysjärjestelmien kehittäjänä. Kauppa on ollut aloitteentekijänä keskeisten kierrätysjärjestelmien (Transbox- ja FI 2002 -järjestelmät) luomisessa. Päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi.

Jätehuollon tehostaminen ja jätteen määrän vähentäminen

Kaupparyhmät ovat määrätietoisesti kehittäneet myymälöissä, varastoissa ja kuljetuksissa syntyvien jätteiden hyötykäyttöä lajittelua tehostamalla sekä lisäämällä uudelleenkäytettävien kuljetuspakkausten käyttöä. Myymälöissä syntyvien jätteiden lajittelussa keskitytään pääasiassa neljään pääjakeeseen: biojäte, pahvi, energiajäte ja sekajäte. Lisäksi myymälöissä syntyy ja niissä kerätään useita pienempiä jättejakeita, kuten esimerkiksi metallia, lasia ja paistorasvaa.

Hyvin toimivalla jätehuollolla voidaan kaatopaikalle menevän jätteen määrä vähentää noin 10 prosenttiin koko jättemäärästä. Parhaissa päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Parhaissa päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Parhaissa päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi. Parhaissa päivittäistavara- ja ympäristövaikutusten vähentämiseksi.

edelleen merkittävästi tehostaa. Esimerkiksi energiaksi kelpaavaa jätettä päätyy edelleen sekajätteenä kaatopaikoille. Sekajätteen määrää vähentämällä kaupat voivat saada merkittäviä kustannussäästöjä. Tämä korostuu erityisesti tulevaisuudessa jätemaksujen nousun myötä.

Kaupan alan yritykset tarjoavat myös kuluttajille mahdollisuuden kierrätykseen. Suurimpien kaupparyhmien myymälöiden yhteydessä on yhteensä noin 400 ekopalvelupistettä. Järjestelyssä kauppa tarjoaa ekopalvelupisteen tilat kunnan, alueellisen jätehuoltoyhtiön tai tuottajayhteisön käyttöön, joka huolehtii jäteasioista ja niiden tyhjennyksestä. Asiakkaat voivat toimittaa ekopalvelupisteisiin veloitusetta kierrätettäviä ja uudelleenkäytettäviä jätteitä kuten paperit, muovit, lasit, pienmetallit ja keräyskartongit.



Transbox-järjestelmä tehostaa kaupan logistiikkaa

Päivittäistavarakauppa on vaikuttanut merkittävästi uudenkäyttävien pakkausten kehittämiseen. Esimerkki eri toimijoiden välisestä omaehtoisesta logistiikkayhteistyöstä on eri teollisuusalojen ja kaupan välinen kierrätettävä Transbox-kuljetuslaatikko.

Transbox-järjestelmä käynnistettiin vuonna 1994. Tällä hetkellä aktiivisessa käytössä on kolme Transbox-laatikkotyyppiä: hedelmä- ja vihannes-, liha- ja einese- sekä tupakkalaatikat. Transbox-kuljetuslaatikoiden käyttö vähentää kertakäyttöisten kuljetuspakkausten käyttöä ja kuljetusten aikaista hävikkiä sekä helpottaa logistiikan ohjattavuutta. Jokaisessa Transboxin liha- ja einese-laatikossa on yksilöivä tunnistus, mikä parantaa koko jakelu- ja paluulogistiikkajärjestelmän ohjattavuutta. Transbox-laatikon käyttö mahdollistaa teollisuusautomaation hyödyntämisen lähettämöissä sekä tehostaa varastojen ja myymälöiden toimintaa. Transbox on muodostunut välttämättömäksi kuljetuspakkaukseksi esimerkiksi lihateollisuuden kuljetuksissa.

Transbox-laatikat kulkevat tavaranomittajien ja kaupan välillä yli 35 miljoonaa kertaa vuosittain, minkä arvioidaan säästävän 20 000–40 000 tonnia kertakäyttölaatikoihin kuluvaan pahvia. Transbox-laatikko kiertää elinkaarensa aikana lähes 100 kertaa ja sen käyttöikä voi olla jopa 10 vuotta.

4097108

Kaupan alan yritysten joukossa ympäristö- ja yhteiskuntavastuuviestinnän edelläkävijöitä

Kaupan alan ympäristö- ja yhteiskuntavastuuraportointi on suhteellisen vilkasta. Raportointi perustuu vapaaehtoisuuteen ja yritysten omaan aloitteellisuuteen. Päivittäistavara kauppan yritykset raportoivat ympäristö- ja yhteiskuntavastuuasioista vuosikertomuksissa, erillisissä yhteiskuntavastuuraporteissa ja internetsivuillaan.

Kesko julkaisi vuonna 2001 ensimmäisenä Suomessa kansainvälisen Global Reporting Initiative (GRI) -ohjeiston mukaisen yhteiskuntavastuuraportin, ja sitä voidaan pitää yhteiskuntavastuuraportoinnin edelläkävijänä maassamme. Kesko onkin saanut raportistaan tunnustusta sekä kotimaisissa että ulkomaisissa

vertailuissa. Myös S-ryhmän raportointi on varsin kattavaa ja korkeatasoista. S-ryhmän yhteisen raportin lisäksi alueelliset osuuskaupat ovat julkaisseet omia raporttejaan.

Raportoinnin lisäksi kaupan vahvaa aluetta on kuluttajaviestintä, jossa myös nostetaan esiin ympäristöön ja yhteiskuntavastuuseen liittyviä aiheita. Myymälöissä viestitään kuluttajille muun muassa erilaisin kampanjoin, joilla markkinoidaan kotimaisia tuotteita, luomutuotteita ja Reilun kaupan tuotteita. Lisäksi tuotteiden ympäristöominaisuuksista viestitään ympäristömerkkien avulla. Myymälöistä on usein saatavissa kotitalouksille suunnattuja jätteen lajitteluoheja tai laajempia kierrätysoppaita.

Ympäristöjohtaminen

Ympäristöjärjestelmät luovat systemaattisen lähestymistavan ympäristöasioihin ja toimivat pohjana jatkuvalle parantamiselle. Päivittäistavara kauppan alan yritykset ovat omaksuneet melko laajasti ympäristöjärjestelmät ympäristöjohtamisen tueksi. Ympäristöjärjestelmillä hallitaan erityisesti varastotoiminnan sekä myymälöiden ympäristövaikutuksia. Kaupan alalla on kiinnitetty huomiota myös toimistojen ympäristövaikutusten järjestelmälliseen hallintaan. Käytettyjä ympäristöjohtamisen työkaluja ovat ISO 14001 -ympäristöjärjestelmästandardi, Green Office -ympäristöjärjestelmä toimistoille sekä omiin tarpeisiin kehitetyt räätälöidyt toimintamallit.

Toimitusketjun hallinta

Kaupan alan yritykset pyrkivät valvomaan toimitusketjuaan sosiaalisten ja ympäristötulosten alueella. Ympäristövaatimuksia kohdistetaan esimerkiksi logistiikkapartnereihin. Tuotteiden sosiaalisen laadun valvonta on tullut yhä tärkeämmäksi tuontituotteiden määrän jatkuvasti kasvaessa ja tuonnin kohdistuessa maihin, joissa työelämää koskeva lainsäädäntö ja sen valvonta eivät ole kansainvälisten sopimusten tasolla.

Vastuullista tuontikauppaa edistämään on Suomessa kehitetty yhteisiä periaatteita. Päivittäistavara kauppa ry on laatinut päivittäistavara kauppan hankinnan eettiset normit, ja Keskukskauppakamari vastuullisen tuontikaupan periaatteet. Vuonna 2001 perustettu Keskukskauppakamarin koordinoima vastuullisen tuontikaupan verkosto edistää yhteisesti sovittujen vastuullisen tuontikaupan periaatteiden käyttöönottoa. Kaupan alan yrityksiä on liittynyt myös kehitysmaatuonnin sosiaalista laadunvalvontaa edistävään eurooppalaiseen yhteistyöorganisaatioon Business Social Compliance Initiativeen (BSCI).

Osaamisen kehittäminen ja ympäristöorganisaatio

Ympäristö- ja yhteiskuntavastuuseen panostaminen luo tarpeen henkilöstön osaamisen kehittämiseksi. Tietoisuuden nostaminen on ensiarvoisen tärkeää henkilöstön asenteiden ohjaamisessa. Henkilöstön osaaminen on avainasemassa ympäristöasioiden hoitamisessa toimipaikkatasolla. Toimitusketjun hallinta puolestaan edellyttää ostohenkilöstön perehdyttämistä ympäristöasioihin ja muun muassa työelämää koskeviin kansainvälisiin säädöksiin.

Päivittäistavara kauppayhdistyksen jäsenyrityksillä on kaikilla vähintään yhden henkilön ympäristöorganisaatio. Lisäksi ympäristötyöhön osallistuvat muun muassa kaupan logistiikan ja rakentamisen asiantuntijat. Käytännön ympäristötyön edistymisen kannalta on olennaista, että kaikki työntekijät antavat siihen panoksensa.

Viestintä

Kaupan alan yritysten ympäristöviestintään voidaan lukea muun muassa ympäristö- tai yhteiskuntavastuun raportointi sekä erilaiset sidosryhmäjulkaisut, kuten asiakas- ja henkilöstölehdet. Koska kauppa toimii kuluttajarajapinnassa, kuluttajaviestinnällä ja -valistuksella on merkittävä rooli sen toiminnassa. Kuluttajaviestintään kuuluvat esimerkiksi kampanjat ja muu tuotteisiin liittyvä informaatio.

PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN YMPÄRISTÖTUNNUSLUVUT

Energia ja vesi

Sähköenergian kulutus

Päivittäistavarakauppatoiminnan sähkön kulutus aiheutuu rakennusten eli varastojen, terminaalien ja myymälärakennusten valaistuksesta, kylmän tuottamisesta, rakennuksissa käytettävistä sähkölaitteista sekä kiinteistötekniikasta, kuten pumpuista ja puhaltimista. Päivittäistavarakauppa ry:n jäsenyritysten päivittäistavarakaupan sähköenergian kokonaiskulutus oli noin 1,14 miljoonaa megawattituntia vuonna 2003.

Pääosa sähköstä kuluu myymälöissä. Lähes puolet päivittäistavaramyymälöiden sähkönkulutuksesta aiheutuu kaupan kylmäkalusteista: kylmäkoneikkojen sekä kylmäkalusteissa olevien muiden sähkölaitteiden sähkönkulutuksesta. Myymälätilan muu valaistus sekä LVI-laitteet muodostavat yhteensä noin kolmanneksen myymälän kokonaissähkönkulutuksesta.

Päivittäistavarakauppa ry:n jäsenyritysten päivittäistavarakaupan sähkön kulutus on noin 1,3 % Suomen kokonaissähkön kulutuksesta (83,5 miljoonaa MWh vuonna 2003) ja noin 7 % julkisen ja palvelusektorin sähkönkulutuksesta.

Lämpöenergian kulutus

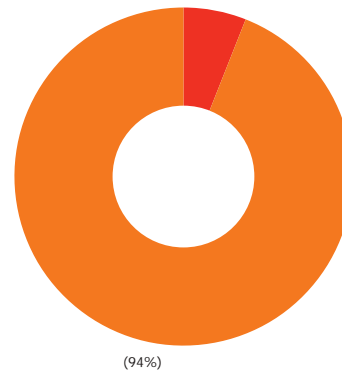
Päivittäistavarakauppatoiminnassa lämpöä kuluu rakennusten eli terminaalien ja myymälärakennusten lämmittämiseen sekä lämpimän käyttöveden tuotantoon. Päivittäistavarakauppa ry:n jäsenyritysten päivittäistavarakaupan lämpöenergian kokonaiskulutus oli noin 400 000 megawattituntia vuonna 2003. Tästä valtaosa kului myymälöissä.

Lämmön kulutuksen osalta päivittäistavarakaupan osuus on noin 1,2 % kaukolämmön kokonaiskulutuksesta Suomessa (noin 301 miljoonaa MWh).

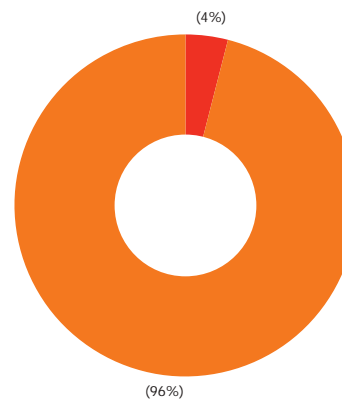
Primäärienergian kulutus

Primäärienergian kulutuksella tarkoitetaan sähkön ja lämmön tuottamiseen tarvittujen polttoaineiden määrää. Pääosa päivittäistavarakaupan primäärienergiankulutuksesta aiheutuu myymälöiden käyttämän sähkön ja lämmön tuotannosta.

Lämpöenergian kulutus (yhteensä 400 000 MWh)
(6%)



Sähköenergian kulutus (yhteensä 1,14 miljoonaa MWh)
(4%)

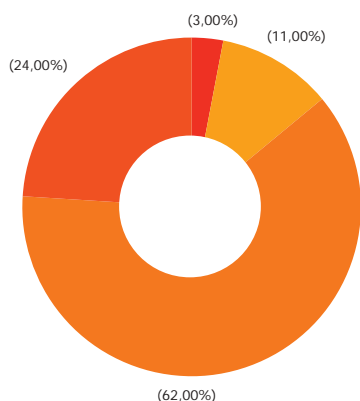


■ Varastot ■ Myymälät

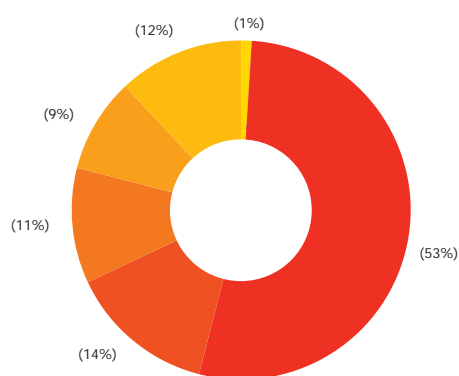
Vuonna 2003 päivittäistavarakaupan kiinteistöjen käyttämän primäärienergian kulutus oli noin 10 000 terajoulea. Tästä 73 % oli uusiutumattomista ja 27 % uusiutuvista energianlähteistä.

Päivittäistavarakaupan kuljetusten (yhteensä 210 miljoonaa km) primäärienergiankulutus vuonna 2003 oli arviolta yhteensä 1 800 terajoulea ja asiointimatkojen primäärienergiankulutus arviolta yhteensä 3 900 terajoulea. Näin saatu päivittäistavarakaupan primäärienergiankulutuksen osuus Suomen kokonaisprimäärienergiankulutuksesta (1,46 miljoonaa terajoulea) on noin 1,1 %.

Primäärienergian kulutus



- Varastointi
- Sähkön ja lämmön tuotanto
- Kuljetukset
- Asiointimatkat

Pakkausmateriaalien käytön jakauma 2003
(yhteensä 60 000 tonnia)

- Puukuidut
- Lasipakkaukset
- Muovipakkaukset
- Puupakkaukset
- Metallipakkaukset
- Muut

Veden kulutus

Päivittäistavarakauppaa palvelevien varastojen ja terminaalien veden kulutus oli noin 74 000 kuutiometriä vuonna 2003. Myymälöiden veden kulutus oli vastaavasti noin 970 000 kuutiometriä.

Myymälöiden osalta tämä tarkoittaa noin 50 litran vedenkulutusta vuorokaudessa työntekijää kohti ja varastoissa noin 10 litran vedenkulutusta vuorokaudessa työntekijää kohti¹. Vertailun vuoksi voidaan todeta, että kotitalouksien vedenkulutus on noin 170 litraa vuorokaudessa henkilöä kohti.

Pakkausmateriaalit

Pakkausmateriaalien käyttö

PTY:n jäsenyritykset käyttivät päivittäistavarakaupassaan erilaisia pakkausmateriaaleja noin 66 000 tonnia vuonna 2003. Tästä maahantuotujen pakkausmateriaalien osuus oli noin 90 %. Loput pakkausmateriaalit ovat kauppojen itse pakkaamia tai pakkauttamia. Inex Partners ja Kesko ovat suurimmat yksittäiset pakkausmateriaalien maahantuojat Suomessa. Merkittävimpiä päivittäistavarakaupan käyttämiä pakkausmateriaaleja ovat aaltopahvi sekä muovi.

PTY:n jäsenyritysten osuus Suomen pakkausmateriaalien kokonaiskäytöstä oli vuonna 2002 kaikista itse pakatuista tai pakkautetuista pakkauksista noin 3 % sekä maahantuoduista pakkauksista 24 %.

Uudelleenkäytettävät kuljetuspakkaukset

Päivittäistavarakaupan logistiikassa pyritään käyttämään uudelleenkäytettäviä kuljetuspakkauksia kuten rullakoita, hähkejä, kuormalavoja ja kuljetuslaatikoita. Uudelleenkäytettävien kuljetuspakkausten käyttö vähentää kertakäyttöisten kuljetuspakkausten tarvetta ja sitä kautta jätettä. Suurimmat materiaalisäästöt syntyvät aaltopahvista, mutta myös muovin ja erilaisten sidontamateriaalien määrä on vähentynyt. Standardoitujen pakkausten käyttö helpottaa myös logistiikan

¹ Päivittäistavaroiden vähittäiskaupassa työskenteli vuonna 2002 noin 52 000 ja tavaratalokaupassa noin 20 000 palkansaajaa. Päivittäistavaroiden tukkukauppa- ja logistiikkatoiminnoista sai elantonsa noin 20 000 palkansaajaa. (http://www.ptkl.fi/ktl.nsf/suomi/tilastot_.html)

suunnittelua ja optimointia ja pienentää sitä kautta kuljetusten ympäristövaikutuksia.

Rullakot ovat päivittäistavarakaupan logistiikassa käytetyin kuljetuspakkaustyyppejä. Rullakoiden käytön avulla voidaan korvata kertakäyttölavoja erityisesti myymäläkuljetuksissa. Vuosittain uudelleenkäytettäviä rullakoita käytetään päivittäistavarakaupan logistiikassa noin 11 miljoonaa kertaa.

Päivittäistavarakaupan varastojen ja myymälöiden välisissä kuljetuksissa käytetään lähes yksinomaan uudelleenkäytettäviä kuormalavoja kuten FIN-, EUR- ja teholavoja. Vuosittain uudelleenkäytettäviä kuormalavoja käytetään päivittäistavarakaupan logistiikassa noin 4 miljoonaa kertaa.

Kaupan ja tavarantoimittajien välillä kiertää myös muita uudelleenkäytettäviä kuljetuspakkauskia. Merkittävin kaupan ja teollisuuden välinen uudelleenkäytettävä kuljetuspakkaus



on Transbox-muovilaatikko, joita käytetään vuosittain yli 35 miljoonaa kertaa.

Uudelleenkäytettävät juomapakkaukset

Uudelleenkäytettävillä juomapakkauksilla tarkoitetaan pantillisia lasi- ja muovipulloja. Valtaosa Suomen päivittäistavara kaupassa myytävistä virvoitusjuomista, kivennäisvesistä, oluista, siidereistä ja long drinkeistä on pulloitettu pantillisiin uudelleentäytettäviin pulloihin.

Palautettavien pantillisten juomapullojen uudelleenkäyttöä hallinnoidaan Suomessa panimoiden sekä virvoitusjuoma- ja kivennäisvesien valmistajien palautuspullojärjestelmän avulla. Järjestelmässä kiertää yhteensä noin 315 miljoonaa pantillista lasi- ja muovipulloa. Kuluttajat palauttavat yli 98 % pantillisista uudelleentäytettävistä pulloista takaisin kiertoon.

Materiaalina kierrätettävät juomapakkaukset

Materiaalina kierrätettävät juomapakkaukset ovat alumiini- ja terästölkkejä, kertakäyttöisiä lasi- ja muovipakkauksia sekä kartonkipakkauksia. Materiaalina kierrätettävien juomapakkausten määrä on tasaisesti noussut 90-luvun lopusta lähtien.

Pantillisten juomatölkkiä palautusta hallinnoi Suomessa Suomen Palautuspakkaus Oy (Palpa). Palpan järjestelmään palautui vuonna 2003 yhteensä 117 miljoonaa tölkkiä. Kuluttajat palauttavat yli 90 % pantillisista tölkeistä kiertoon. 77 % kaikista järjestelmään kuuluvista tölkeistä palautui päivittäistavara kauppan pisteidä kautta.

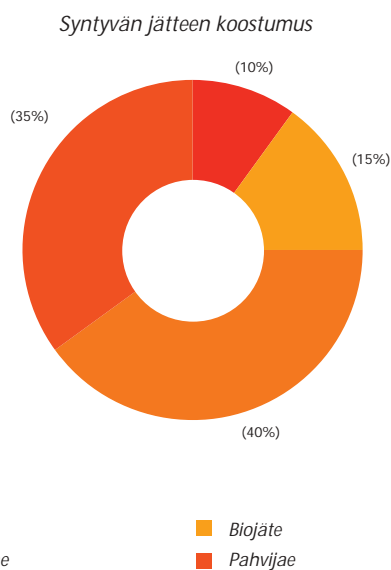
Pantillisten pullojen ja tölkkien lisäksi päivittäistavara kaupoihin palautetaan myös pantittomia juomapakkauksia. Näidenkin materiaali pyritään kierrättämään. Esimerkiksi tölkkien palautusjärjestelmässä kiertää panttijärjestelmän ulkopuolisia juomatölkkejä, joiden osuus päivittäistavara kaupasta palautuneista tölkeistä oli 14 % eli 12,6 miljoonaa kappaletta.

Jätteet

Päivittäistavara kaupassa syntyvä jäte

Päivittäistavara kaupatoiminnassa syntyvät jätteet koostuvat pääosin pakkaus- ja biojätteestä, joiden osuus kokonaisjättemäärästä on noin 90 %. Pakkausjätteet ovat asianmukaisesti lajiteltuna puhtaita ja siten erinomaista raaka-ainetta teollisuuden käyttöön. Tätä hyötykäyttökelpoista jätettä (mm. energia-, pahvi- ja pakkausjäte) kutsutaan myös palautuvaksi jakeeksi eikä jätteeksi, ja sitä voidaan korkean hygieniatason ansiosta kuljettaa osana kaupan paluulogistiikkaa. Hyötykäyttömahdollisuuksien rajallisuudesta ja alueellisista eroista johtuen osa hyötykäyttökelpoisista materiaaleista ohjautuu edelleen kaatopaikalle.

Kierrätyskelvottoman sekajätteen osuus päivittäistavara kaupassa kokonaisjättemäärästä on vain 10 %. Kaupassa syntyvä sekajäte koostuu pääosin kierrätykseen kelpaamattomasta aaltopahvista ja paperista sekä muovista. Energiajäte koostuu poltettavaksi kelpaavasta muovista sekä paperista ja puusta. Pahvijäte on suurimmaksi osaksi kuljetuspakkauksissa käytettyä aaltopahvia.





Päivittäistavarakaupan toiminnassa syntyvien jätteiden ja hyötykäyttökelpoisten jakeiden jakauma vaihtelee huomattavasti myymälätyypistä ja myymälöissä tarjottavasta palvelusta riippuen. Esimerkiksi syntyvän biojätteen määrä on huomattavasti suurempi kaupoissa, joissa on tuoretuotteita myyvä palvelutiski kuin kaupoissa, joissa myydään vain teollisuuden pakkaamia elintarvikkeita.

Jättemäärät

PTY:n jäsenyritysten päivittäistavarakaupan jätteiden kokonaismäärä oli vuonna 2003 yhteensä noin 155 000 tonnia. Tästä noin 17 000 tonnia syntyi logistiikkatoiminnoissa. Myymälöissä syntyvää päivittäiskaupan kokonaisjättemäärää ei tällä hetkellä tilastoida kattavasti. Siksi päivittäistavarakaupan kokonaisjättemäärää on myymälöiden osalta arvioitu myynnin perusteella. Päivittäistavarakaupan myymälöissä on eri tutkimuksissa arvioitu syntyvän jätettä 12,5–13,0 tonnia myytyä miljoonaa euroa kohti. Tällä perusteella arvioidaan, että vuonna 2003 myymälöissä syntyi jätettä noin 138 000 tonnia. PTY:n jäsenyritysten päivittäistavarakaupan osuus Suomessa syntyvästä yhdyskuntajätteestä on 5–6 prosentin luokkaa¹.

Jätteiden hyötykäyttö

Päivittäistavarakaupan myymälöiden jätteiden todellisesta hyötykäyttöasteesta ja jättejakaumasta ei ole saatavilla kattavaa tilastotietoa. Hyötykäyttöaste vaihtelee myymälöissä huo-

mattavasti jätehuoltomääräyksistä ja panostuksesta riippuen. YTV:n jätebenchmark-järjestelmässä mukana olevien yritysten toteutunut hyötykäyttöaste oli 60 % vuonna 2002. Varasto- ja terminaalitoiminnoissa jätteiden hyötykäyttöaste on korkeampi, keskimäärin 80 %.

Päästöt ilmaan

Päivittäistavarakaupan toiminnassa merkittäviä päästöjä ilmaan aiheuttavat ostetun energian tuotanto, kuljetukset sekä terminaalitoiminta eli varastointi, purku- ja lastausoperaatiot. Energiantuotannosta aiheutuu rikki-, typpi- ja hiilidioksidipäästöjä sekä hiukkaspäästöjä. Kuljetuksista aiheutuu häkä-, hiilivety-, hiilidioksidi- ja hiukkaspäästöjä.

Päästöjä luokitellaan niiden ympäristövaikutusten mukaan. Päästöjen ilmastonmuutosvaikutusta kuvataan hiilidioksidiekvivalenttitoimien määrällä. Eri kasvihuonekaasut muutetaan hiilidioksiditonneiksi kertoimella, joka vastaa niiden suhteellista ilmastonmuutosvaikutusta. Esimerkiksi yksi tonni metaania (CH₄) vastaa 21 tonnia hiilidioksidia (CO₂). Vastaavasti happamoivat päästöt muutetaan rikkidioksidiekvivalenteiksi niiden happamoivan vaikutuksen suhteessa.

Kasvihuonekaasupäästöt

Maailmanlaajuisia vaikutuksia aiheuttava ilmastonmuutos on pääosin seurausta kasvihuonekaasuista, joiden määrä on lisääntynyt ihmistoiminnan seurauksena. Kasvihuonekaasut

¹Yhdyskuntajätteen määrä Suomessa vuonna 2000 oli 2,6 miljoonaa tonnia (<http://www.ymparisto.fi>).

päästävät läpi maapallolle tulevan säteilyn, mutta eivät maapal-
lolta pois lähtevää säteilyä.

Päivittäistavarakaupassa kasvihuonekaasupäästöjä aiheutuu fossiilisilla polttoaineilla (hiili, maakaasu, öljy) tapahtuvan kiinteistöjen kuluttaman sähkö- ja lämpöenergian tuotannon lisäksi myös kaupan kylmälaitteissa kylmäaineina käytettävistä HFC-yhdisteistä. Laitteiden sisältämä kylmäaine voi päästä vapautumaan ympäristöön esimerkiksi käytön aikaisten vuotojen, laitteistojen rikkoutumisen, huollon, laitteiston purun tai käsittelyvirheiden seurauksena¹. Lisäksi päivittäistavara-
kauppaa palvelevista kuljetuksista sekä moottoriajoneuvoilla tehtävistä kuluttajien asiointimatkoista aiheutuu kasvihuone-
kaasupäästöjä.

PTY:n jäsenyritysten päivittäistavarakaupan kasvihuonekaa-
supäästöt vuonna 2003 olivat kokonaisuudessaan noin 1,2 mil-
joonaa ekvivalenttista hiilidioksiditonna. Nämä muodostavat
1,5 % Suomen kokonaiskasvihuonekaasupäästöistä (noin 82
miljoonaa tonnia CO₂-ekvivalenttia vuonna 2003).

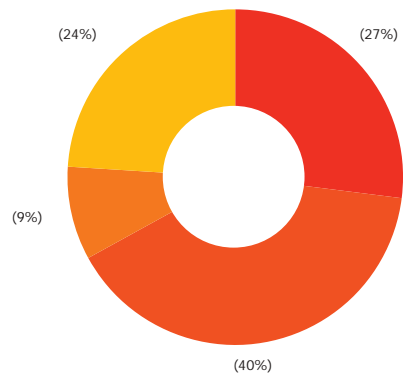
Happamoivat päästöt

Happamoitumisella tarkoitetaan sitä, että maaperän tai vesistö-
jen kyky vastustaa eli neutraloida ilmasta tulevaa hapanta las-
keumaa alkaa heikentyä. Ekosysteemi voi ajan myötä menettää
neutraloimiskykynsä eli puskurikykyä lähes kokonaan, jos
hapan laskeuma on ympäristön sietokyvyllä liian suuri.

Päivittäistavarakaupan happamoivat päästöt aiheutuvat
pääasiassa sähkön ja lämmön tuotannon rikkidioksidi- ja
typenoksidipäästöistä sekä kuljetusten typenoksidipäästöistä.
PTY:n jäsenyritysten päivittäistavarakaupan happamoivat
päästöt olivat vuonna 2003 kokonaisuudessaan noin 4 500 ton-
nia, josta hieman alle puolet, yhteensä 2 100 tonnia, aiheutui
kaupan omista ja tavarantoimittajien päivittäistavarakauppaan
kohdistamista kuljetuksista.

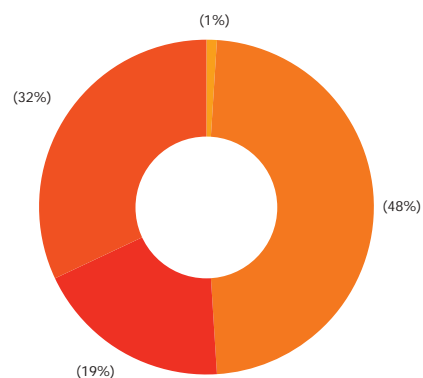
Nämä kuljetusten, asiointimatkojen sekä lämpö- ja sähkö-
energian tuotannon aiheuttamat happamoivat päästöt ovat noin
2 % Suomen happamoivista päästöistä ilmaan (228 000 tonnia
SO₂-ekvivalenttia vuonna 2002).

Kasvihuonekaasupäästöt
(yhteensä 1,2 miljoonaa t CO₂-ekv)



- Kuljetukset
- Kylmäaineet
- Sähkön ja lämmön tuotanto
- Asiointimatkat

Happamoivien päästöjen lähteet
(yhteensä 4500 t SO₂-ekv)



- Varastointi
- Sähkön ja lämmön tuotanto
- Kuljetukset
- Asiointimatkat

¹ Oinonen, Teemu - Soimakallio, Sampo 2001: HFC- ja PFC-yhdisteiden sekä SF₆:n päästöjen tekniset vähentämiskeinot ja niiden kustannukset Suomessa. VTT tiedotteita 2099.

YMPÄRISTÖTUNNUSLUKUJEN LASKENTAPERIAATTEET

Raportti kattaa PTY:n jäsenyritysten päivittäistavarakauppa-toiminnan, lukuun ottamatta liikennemyymälöitä ja niiden yhteydessä tapahtuvaa päivittäistavaroiden myyntiä. Myymälöistä, joissa päivittäistavaroiden kauppa muodostaa vain osan myynnistä, keskeiset ympäristövaikutuksia ja toiminnan suuruusluokkaa kuvaavat luvut on kohdistettu myymälöiden päivittäistavaramyyntiin.

Lähtökohtana vaikutusten ja tunnuslukujen raportoimisessa on kansainvälinen Global Reporting Initiative (GRI) -yhteiskuntavastuuraportointisuositus¹. Esitettävät tiedot perustuvat pääosin vuoden 2003 lukuihin. Ympäristötunnusluvut perustu-

vat PTY:n jäsenyrityksiltä kerättyyn tietoon, jota täydennettiin jo tehtyjen alan tutkimusten ja tilastojen perusteella. Silloin, kun mitattua tai rekisteritietoa asiasta ei ole ollut saatavilla, on toimintojen suuruusluokkaa arvioitu kaupan asiantuntijoiden antamien tietojen perusteella.

Kuljetusten päästölaskenta perustuu VTT:n tieliikenteen päästöjen LIISA-laskentamalliin² ja energiankulutuksen päästölaskenta Finergyn tietoihin vuodelta 2002³ sekä VTT rakennus- ja yhdyskuntatekniikan laskemaan Suomen keskimääräiseen kaukolämmön profiliin. Tarkemmat tunnuslukukohtaiset laskentaperiaatteet on esitetty kunkin tunnusluvun yhteydessä.

¹ Lisätietoa: <http://www.globalreporting.org>
² <http://lipasto.vtt.fi/lipasto/liisa/index.htm>
³ <http://www.energia.fi/tilastot>

SANASTO

Asiointimatka Asiakkaitten kotoaan palvelusteeseen ja takaisin kulkema matka. Asiointimatkojen tilastoinnin haasteena on se, että merkittävä määrä asiakkaista tekee ostoksensa muun matkustuksen, esim. työmatkojen yhteydessä.

CO₂ Hiilidioksidia muodostuu palamisen yhteydessä sekä eräiden luonnollisten prosessien tuloksena. Puut tarvitsevat hiilidioksidia yhteyttämiseen. Liiallisen hiilidioksidin määrän ilmakehässä katsotaan vaikuttavan ilmastomuutokseen.

Fosfori Alkuaine, jonka liiallinen pitoisuus vesistöissä yhdessä typen yhdisteiden ja orgaanisten yhdisteiden kanssa voi lisätä biologista aktiviteettia ja aiheuttaa rehevöitymistä.

Huoneistoala, hyötyala Huoneistoala on sisäpinta-ala, josta on vähennetty muun muassa kantavat seinät, portait, hissikuilut, LVI-konehuoneet sekä hormiryhmät.

Ilmastomuutos, kasvihuoneilmiö Lisääntyvistä kasvi-huonekaasujen määrästä ilmakehässä johtuva ilmaston lämpeneminen. Kasvihuoneilmiön laajuutta kuvataan ilmaston lämpenemispotentiaalin avulla (engl. Global Warming Potential, GWP), joka ilmaistaan hiilidioksidiekvivalenteissa (CO₂-ekv.).

ISO 14001 Kansainvälinen ympäristöstandardisarja pohjaksi yritysten ympäristönhallintajärjestelmille.

Jätehuolto Jätehuolto on jätteiden keräyksen, kuljetuksen, hyödyntämiseen ja käsittelyyn liittyvää toimintaa.

Jätejae Hyötykäyttötarkoituksen rajaama ja määrittelemä jätelaji.

Hiilidioksidi, ks. CO₂

Kasvihuonekaasut Hiilidioksidi (CO₂), metaani (CH₄), typpioksiduuli (N₂O) sekä fluorihilivedyt (HFC:t), perfluorihilivedyt (PCF:t) sekä rikkiheksafluoridi (SF₆).

Myyntipinta-ala Pinta-ala, jossa myyntitoimintaa harjoitetaan, kuten tavara-alueet, käytävät, lihatiski palvelualueineen, kassa-alue sekä tuulikaappi.

NO₂, NO_x Typpidioksidi, typen oksidit, joita syntyy palamisen yhteydessä. Niiden laskeumat voivat aiheuttaa maaperän ja vesien happamoitumista.

Primäärienergia Tuotteen tai palvelun aikaansaamiseksi käytettävä energia lähtien energiantuotannon raaka-aineiden hankinnasta.

Päivittäistavara Päivittäistavaralla tarkoitetaan elintarvikkeiden ohella sellaisia tuotteita, joita ihmiset ovat tottuneet hankkimaan elintarvikeostosten yhteydessä. Päivittäistavarihin luetaan siten ruoka, juomat, tupakkatuotteet, teknokemian tuotteet, kodin paperit, lehdet sekä kosmetiikka.

Päivittäistavarakauppa Päivittäistavarakaupalla tarkoitetaan yleisimmin päivittäistavaroiden koko valikoimaa myyvää, pääasiassa itsepalveluperiaatteella toimivaa market-tyyppistä elintarvikemyymälää. Ruoan osuus päivittäistavaramyymälöiden kokonaisymyynnistä on noin 80 %.

Rehevöityminen Kasvillisuuden lisääntyminen, joka johtuu käytettävien kasviraivanteiden, tavallisimmin fosforin ja/tai typen, tason noususta.

SO₂ Rikkidioksidia muodostuu poltettaessa rikkipitoisia polttoaineita, kuten öljyä ja hiiltä. Rikkidioksidi lisää maaperän ja vesistöjen happamoitumista.

Typpidioksidi, typen oksidit ks. NO₂, NO_x

YRITYSJÄSENET



Ruokakesko Oy
Satamakatu 3, 00016 Kesko
Satamakatu 3, 00016 Helsinki
Puh. 010 53030
Fax 010 53 23486
Internet: www.kesko.fi



Suomen Osuuskauppojen Keskuskunta SOK
PL 171, 00511 Helsinki
Fleminginkatu 34, 00510 Helsinki
Puh. (09) 1881
Fax (09) 188 2332
Internet: www.s-kanava.net



Tradeka Oy
PL 72, 00501 Helsinki
Hämeentie 19, 00500 Helsinki,
Puh. (09) 7331
Fax (09) 733 2120
Internet: www.tradeka.fi



Suomen Spar Oyj
PL 140, 01721 Vantaa
Tiilenpolttajankuja 5, 01720 Vantaa
Puh. 020 5321
Fax 020 532 6023
Internet: www.spar.fi



Wihuri Oy
PL 329, 00811 Helsinki
Wihurinaukio 2, 00570 Helsinki
Puh. (09) 415 815
Fax (09) 684 8918
Internet: www.wihuri.fi



Stockmann Oyj Abp
PL 147, 00381 Helsinki
Kutomotie 1 C, 00380 Helsinki
Puh. (09) 121 51
Fax (09) 121 5812
Internet: www.stockmann.fi



Rautakirja Oy
PL 1, 01641 Vantaa
Koivuvaarankuja 2, 01640 Vantaa
Puh. (09) 852 81
Fax (09) 853 3281, 852 8511
Internet: www.rautakirja.fi



Heinon Tukku Oy
Niittytie 12, 01510 Vantaa
Puh. (09) 7003 611
Fax (09) 7003 6160
Internet: www.heinontukku.fi

YHTEISÖJÄSENET



K-kauppiasliitto
Kruunuvuorenkatu 5 A, 00160 Helsinki
Puh. 010 53010
Fax 010 533 6238
Internet: www.k-kauppiasliitto.fi



Spar- ja lähikauppiasliitto
c/o Suomen Spar Oyj Tilipalvelu
Tiilenpolttajankuja 5, 01720 Vantaa
Puh (019) 521 4500/0400 312 402
Fax (019) 584 900

JÄSENYRITYSTEN HANKINTAYHTIÖT



Inex Partners Oy
PL 154, 00511 Helsinki
Fleminginkatu 34, 00510 Helsinki
Puh. 020 441 131
Telefax 020 441 3424, 020 441 3425
Internet: www.inex.fi



Ruokakesko Oy
Satamakatu 3, 00016 Kesko
Satamakatu 3, 00016 Helsinki
Puh. 010 53030
Fax 010 53 23486
Internet: www.kesko.fi



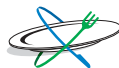
Tuko Logistics Oy
PL 115, 04201 Kerava
Tervahaudankatu 7, 04200 Kerava
Puh. (09) 253 51
Fax (09) 2535 2000
Internet: www.tuko.fi

LISÄTIETOJA



PÄIVITTÄISTAVARAKAUPPA RY

Mannerheimintie 76 b
00250 Helsinki
PL 150
00251 Helsinki



Laatuketju
www.laatuketju.fi

Toimitusjohtaja Osmo Laine (09) 4315 6421
Järjestöpäällikkö Ilkka Nieminen (09) 4315 6424
etunimi.sukunimi@pty.fi
www.pty.fi