



VUOSIKERTOMUS *2013*

vuosikertomus.saarioinen.fi



Sisältö

Päätapahtumat	3
Toimitusjohtajan katsaus	4
Markkinatietoa	5
Brändit ja markkinointi	6-7
Vastuullisuus	8
Henkilöstö	9-10
Ympäristö	11-12
Strategia	13
Hallitus ja johtoryhmä	14
Avainluvut	15

Saarioinen lyhyesti

Saarioinen on kotimainen perheyrittäjä ja yksi Suomen johtavista ruokataloista. Saarioinen toimii hyvän arjen puolesta tarjoamalla maistuvaa valmisruokaa, lihaa, lihavalmisteita ja säilyviä tuotteita päivän eri ruokailuhetkiin. Saarioinen on markkinajohtaja useilla toimialueillaan.

Saarioisten liikevaihto vuonna 2013 oli 326,4 miljoonaa euroa ja sen palveluksessa oli keskimäärin 1 752 henkilöä. Saarioisilla on tehtaita Kangasalla, Valkeakoskella ja Huittisissa sekä pääosin Baltian markkinoille tuotteita tekevä valmisruokatehdas Virossa.

Vuosi 2013

Uusi alabrändi - Saarioisten Kartanon parhaat

Saarioinen toi tammikuun lopussa markkinoille uuden alabrändin Saarioisten Kartanon parhaat. Tuoteperhe juhlistaa tuoreen valmisruuan yli 55-vuotista historiaa. Saarioisten Kartanon parhaat tekee paluun juurille, minkä kunniaksi siihen on valikoitu maistuvimpia reseptejä.

Saarioisten valmisruuissa vain kotimaista lihaa

Kaikissa Saarioinen, Saarioisten Kartanon parhaat ja Saarioisten Eväs -brändien alle kuuluvissa valmisruokatuotteissa käytetään vain suomalaista lihaa. Kotimaisen lihan käytön myötä yhtiö haluaa vastata kuluttajien tarpeisiin ja toiveisiin. Saarioinen on Suomessa ensimmäinen toimija, joka alkoi merkitä lihan alkuperämaan kaikkiin tuotteisiinsa ja valmisruokapakkausten aineosaluetteloon.

Yli 60 % syö valmisruokaa

Syyskuussa toteutettu laaja tutkimus kertoi suomalaisten suhtautumisesta valmisruokaan. Saarioisten toteuttaman tutkimuksen mukaan yli 60 % suomalaisista käyttää valmisruokaa vähintään kerran kuukaudessa. Kuluttajista kolmannes, etenkin perheet, joissa on alle 15-vuotiaita lapsia, käyttävät valmisruokaa vähintään kerran viikossa. Valmisruuan valintaan vaikuttivat etenkin hyvä maku, laadukkuus ja kotimaisuus. Suosituimpia valmisruokia ovat muun muassa riisipiirakka, joululaatikot, pizzat ja majoneesisalaatit.

Hyvän kauppatavan periaatteet

Saarioinen sitoutui Hyvän kauppatavan periaatteisiin ensimmäisenä elintarviketeollisuusalan yrityksenä Suomessa. Hyvän kauppatavan periaatteet ovat osa EU-tasoisista elintarvikeketjun itsesääntelyä. Niiden tavoitteena on parantaa elintarvikeketjun läpinäkyvyyttä ja kilpailukykyä.

YK:n Global Compact -aloite

Yhtiö allekirjoitti YK:n Global Compact -aloitteen ensimmäisten suomalaisten elintarvikeyritysten joukossa. Global Compact on YK:n ja liike-elämän yhteinen aloite, jolla pyritään edistämään hyvää yrityskansalaisuutta ja vastuullista yritystoimintaa. Aloitteeseen liittyminen vahvistaa edelleen Saarioisten sitoutumista kestävästi liiketoiminnan käytäntöihin.

Teurastamo- ja leikkuuliiketoiminnot Atrialle

Saarioinen teki esisopimuksen Jyväskylän teurastamo- ja leikkuuliiketoimintansa sekä Sahalahden broileriteurastamon myynnistä Atrialle. Kaupan yhteydessä Kangasalan Sahalahdella sijaitseva teurastamokiinteistö tontteineen sekä Jyväbroiler-liikemerkki siirtyvät Atrian omistukseen. Samassa yhteydessä tehtiin osapuolten välille pitkäaikainen yhteistyö- ja toimitussopimus kotimaisen lihan raaka-ainetoimituksista. Saarioinen haluaa jatkossa keskittyä pidemmälle jalostettuihin tuotteisiin, joissa yhtiön markkina-asema on vahva.

Toimitusjohtajan katsaus

Suomen taloudellinen tilanne jatkui edelleen haasteellisena, eikä positiivisia talouden merkkejä ilmennyt vielä loppuvuonna. Päivittäistavaroiden volyyymikehitys oli jo toisena peräkkäisenä vuonna laskeva.

Vähittäismyynti kasvoi kuitenkin 3,4 %, mutta kasvu johtui kuluttajahintojen noususta, ei kulutuksen kasvusta. Kohonneista raaka-ainekustannuksista johtuen hinnat nousivat edelliseen vuoteen nähden 5,4 %.

Heikkenevästä kulutuskysynnästä huolimatta Saarioinen säilytti vahvan asemansa Suomessa valmisruokien, marjavalmistusten ja salaattikastikkeiden markkinajohtajana. Tutkimustulosten mukaan Saarioinen oli edelleen luotetuin valmisruokamerkki. Lihavalmisteissa Saarioinen kasvatti markkinaosuuttaan.

Valmisruokien kulutus ja kysyntä seurasivat yleistä kulutuskehitystä eli kulutus laski hieman päättyneenä vuonna. Tämän kehityksen taustalla olivat kiristynyt taloudellinen tilanne, ruuanlaiton lisääntyminen kotona ja kuluttajatottumusten muutokset. Todennäköisesti myös hävikki on pienentynyt kotitalouksissa. Vaikka valmisruuan kulutus kääntyi laskuun, niin silti kalliimpien, kuten esimerkiksi heti syötävien tuotteiden kulutuksen kasvu jatkui.

Saarioinen teetti viime vuonna suuren valmisruokatutkimuksen, jonka mukaan valmisruokien kysyntä pysyi si vakaana tulevinakin vuosina. Tutkimuksessa ilmeni muun muassa, että yli 60 prosenttia käyttää valmisruokaa vähintään kerran kuukaudessa. Tehdyn tutkimuksen mukaan valmisruokakäsite on kuluttajalle laaja ja tarkoittaa kaikkia hieman pidemmälle jalostettuja elintarvikkeita. Kuluttajien valintakriteerit ovat kuitenkin selkeät, ja vaikka kulutustottumukset muuttuvat, niin tärkeimmät kriteerit ovat edelleen valmisruokien hyvä maku, laatu ja kotimaisuus. On ilahduttavaa, että kuluttajien tärkeimmät kriteerit ovat niitä, joihin Saarioinen on aina kyennyt vastamaan.

Saarioinen lanseerasi vuoden 2012 lopulla valmisruuan 55-vuotisen historian kunniaksi uuden alabrändin, Saarioisten Kartanon parhaat, johon kuuluu valikoiduilla resepteillä valmistettuja korkealaatuisia kiusauksia ja pastatuotteita. Tuoteperhe laajeni vuonna 2013 ruokapakasteisiin, ja alkuvuodesta 2014 sarjaan tuotiin laadukkaat lihakastikkeet ja jälkiruuat. Tämän lisäksi Saarioisten tuotemerkin alle tuotiin runsaasti uutuuksia, kuten uusi American BBQ -grillauskonsepti. Myös Saarioisten Eväs -tuotemerkkiä kehitettiin edelleen.

Vastuullisuudella ja läpinäkyvyydellä on entistä suurempi merkitys Saarioisten toiminnalle, ja yhtiö kuuluu tätäkin osin edelläkävijöihin. Saarioinen on sitoutunut kestävän liiketoiminnan käytäntöihin. Yhtiö allekirjoitti ensimmäisenä elintarvikealan yrityksenä Suomessa Hyvän kauppatavan periaatteet. Saarioinen allekirjoitti myös YK:n Global Compact -aloitteen ensimmäisten suomalaisten elintarvikeyritysten joukossa.

Vuoden 2012 lopulla päätetyt toiminnan tehostamistavoitteet olivat suuri haaste saarioislaisille. Tavoitteena oli vähintään kahdeksan miljoonan euron tulosparannustavoite vuodelle 2013. Asetetut tavoitteet saavutettiin ja monelta osin jopa ylitettiin. Haaste oli kova, mutta saarioislaiset hoitivat sen hyvin ja sitoutuneesti, mistä olen erityisen ylpeä.

Vuoden 2013 merkittävin strateginen päätös oli luopua lihan hankinnasta sekä teurastus- ja leikkuuliiketoiminnoista. Saarioinen keskittyy jatkossa entistä voimakkaammin pidemmälle jalostettuihin elintarvikkeisiin. Yrityskauppa toteutui 1.2.2014, jolloin Sahalahden Broiler Oy ja Jyväskylän teurastus- ja leikkuuliiketoiminnot siirtyivät Atria Oyj:lle. Samalla astui voimaan pitkäaikainen kotimaisen lihan hankintasopimus Atrian kanssa. Kaupan seurauksena Saarioisten henkilöstö väheni lähes 400 hengellä, ja liikevaihto pienenee asteittain vuositasona noin 40 miljoonalla eurolla.

Saarioinen konsernin liikevaihto oli 326,4 miljoonaa euroa jäädessä edellisen vuoden tasosta 7,8 miljoonaa euroa. Merkittävimmät syyt liikevaihdon laskuun olivat kiristynyt kilpailu erityisesti valmisruokamarkkinoilla, koko kotimaan valmisruokamarkkinoiden lievä lasku sekä tehostamistoimiin liittyneet tuotekarsinnat.

Tehdyistä tehostamistoimista johtuen tulos kehittyi suotuisasti. Konsernin tulos rahoituserien jälkeen oli 9,5 miljoonaa euroa ja asetetut tulostavoitteet saavutettiin. Virossa liikevaihto kasvoi lähes odotusten mukaisesti, mutta tulostavoitetta ei saavutettu.

Saarioisten investoinnit viime vuonna olivat 6,8 miljoonaa euroa. Suurimmat yksittäiset kohteet liittyivät ohjelmistouudistuksiin ja kylmälaite- sekä tuottavuusinvestointeihin.

Saarioisten markkina-asema ja taloudellinen tilanne ovat vakaalla pohjalla. Yhtiöllä on hyvät asiakassuhteet, laadukkaat tuotteet ja osaava henkilöstö. Saarioisilla on vahvat edellytykset tehdä tulevina vuosina hyvää tulosta ja olla edelleen edelläkävijä omilla vahvuusalueillaan Suomessa sekä Virossa. Uskon Saarioisten kannattavuuden paranevan edelleen.

Kiitän asiakkaitamme, yhteistyökumppaneitamme ja henkilöstöämme hyvästä yhteistyöstä vuonna 2013.

Saarioinen edelleen markkinajohtaja valmisruuissa

Sekä vähittäiskauppa- että HoReCa-markkinat kehittivät positiivisesti vuonna 2013. Koko vähittäiskaupan markkinoiden kehitys euroissa mitattuna oli Päivittäistavarayhdistyksen (PTY) mukaan 3,4 prosenttia. Koko HoReCa-markkinan kehitys oli PTY:n mukaan 1,3 prosenttia.

Saarioisten vähittäiskauppamyynnin kehitys ei vastannut koko markkinan kehitystä. Myös HoReCa-sektorilla Saarioisten myynnin kehitys jäi koko markkinan kehityksestä.

HoReCa-sektorilla vuosi 2013 oli haastava. Kuluttajien ostovoiman lasku ja yleinen talouden epävarmuus heikensivät ravintolapalveluiden kysyntää edelliseen vuoteen verrattuna. Kysynnän lasku ja julkishallinnon puolella kiristyneet kuntataloudet lisäsivät entisestään hinnan merkitystä päätöksenteossa.

Kysyntä valmisruokamarkkinoilla pysyi vakaana. Saarioinen pysyi säilyttämään vahvan asemansa valmisruokien, marjavalmisteen ja salaattikastikkeiden markkinajohtajana. Saarioinen kasvatti markkinaosuuttaan myös lihavalmisteen. Saarioisten osuus valmisruokamarkkinoista oli vähittäiskaupassa noin 40 prosenttia ja HoReCa-sektorilla noin 30 prosenttia.

Uutuuspizzat erityisen suosittuja

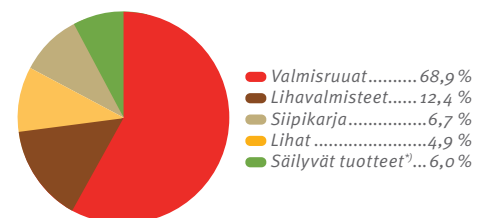
Valmisruuan osalta positiivista kehitystä jatkoivat heti syötävät tuotteet, kuten salaattit ja täytetyt leivät. Heti syötävien tuotteiden kulutusta kasvattivat muun muassa kuluttajien ruoka-aikojen epäsäännöllisyyden lisääntyminen sekä osittainen lounaan korvaaminen välipalasyömisellä. Myös puurot, pääruokakomponentit ja keitot kehittivät positiivisesti.

Saarioisten vuoden 2013 uutuustuotteista parhaiten menestyivät välipalat ja jälkiruoat -alatuoteryhmään lanseeratut Pizza Pronto Americana ja Pizza Pronto Mexicana -pizzat. Annosaterioissa muun muassa Pororuokku ja Broilerimakaronilaatikko myivät hyvin.

Myynnin jakautuminen sektoreittain

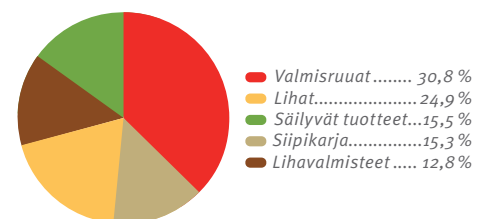


Vähittäiskaupan myynnin jakautuminen päätuoteryhmittäin



^{*)} Mm. hillot, salaattikastikkeet, marmeladit.

HoReCa-myyntien jakautuminen päätuoteryhmittäin



Brändit ja markkinointi

Saarioisten brändit olivat vuonna 2013 Saarioinen, Saarioisten Jyväbroiler, Dronningholm, Saarioisten Eväs, Saarioisten Kartanon parhaat sekä Mamma-brändi Virossa.

Alkuvuosi teki paluun juurille ja perinteisiin

Saarioinen toi tammikuun lopulla markkinoille uuden alabrändin Saarioisten Kartanon parhaat. Tuoteperhe juhlisti tuoreen valmisruuan 55-vuotista historiaa ja teki näin paluun valmisruuan juurille.

Sarjan tuotteet ovat perinteisiä, maistuvia ja kotoisia pitopöydän antimia. Saarioisten Kartanon parhaat -tuotteet vastaavat kuluttajien tarpeisiin laadukkaasta ja kotoisasta ruuasta ja sopivat sekä arkeen että viikonloppuun.

Saarioisten Kartanon parhaat -tuotesarjaan kuului lanseerausvaiheessa kiusauksia ja pastatuotteita.

Saarioisten American BBQ -grillauskonsepti toi uutta grillikesään

Huhtikuussa markkinoille tuotiin uusi American BBQ -grillauskonsepti kesägrillaajille. American BBQ on tuoteperhe, joka tarjoaa aitoja ja amerikkalaisia makuelämyksiä. Konsepti poikkeaa markkinoilla olevasta tarjonnasta, sillä se sisältää valmiiksi maustettujen lihojen lisäksi niitä täydentävät viimeistely- ja maustekastikkeet.

Grillauskonseptin lihatuotteista löytyy nopeasti grillissä kypsäviä vaihtoehtoja. Kaikki BBQ-tuotteet ovat kotimaista lihaa, ja pakkauksissa on Hyvää Suomesta -merkki.

Konseptiin kuuluvilla kastikkeilla voi viimeistellä lihan pinnan grillauksen loppuvaiheessa. Lisäksi niitä voi käyttää pöytäkastikkeena aterian yhteydessä.

Saarioisten uusi Pizza Pronto kehitti pizzamarkkinaa

Saarioinen toi elokuussa markkinoille uuden pizzasarjan, Pizza Pronton.

Pizza Pronto on tuorepizzojen uusi laatuluokka muun muassa runsaan täytteen, selkeiden makujen sekä uudenlaisen, laadukkuudesta viestivän pizzalaatikon ansiosta.

Pizzasarjan huolella suunniteltu pakkaus tuo uutta valmisruokahyllyihin. Kartonkilaatikko suojaa pizzaa litistymiseltä, ja pizzan täytteen näkyvät selkeästi pakkauksen kurkistusikkunasta. Myös pizzapohjan maukkauteen ja rapeuteen on kiinnitetty erityistä huomiota.

Pizzat ovat laatikkoruokien jälkeen Saarioisten toiseksi suosituin tuoteryhmä.

Saarioinen toi ensimmäiset pizzat markkinoille yli 30 vuotta sitten, jonka jälkeen pizzoja on paistettu jo yli 600 miljoonaa kappaletta.

Yli 60 % syö valmisruokaa

Saarioinen teetti syyskuussa 2013 laajan tutkimuksen suomalaisten suhtautumisesta ja mielikuvista valmisruokaa kohtaan.

Tutkimuksen avulla selvitettiin, mikä suomalaisten mielestä on valmisruokaa ja mikä ei, ovatko ruokakohut lisänneet epäluuloa valmisruokaa kohtaan ja mitkä asiat ratkaisevat valmisruokaa valitessa. Tutkimuksen toteutti TNS Consumer Insight ja siihen vastasi noin 2 500 suomalaista.

Tutkimuksen mukaan yli 60 % suomalaisista käyttää valmisruokaa vähintään kerran kuukaudessa, ja vain 6 % ei syö koskaan valmisruokaa. Kuluttajista kolmannes, etenkin perheet, joissa on alle 15-vuotiaita lapsia, käyttävät valmisruokaa vähintään kerran viikossa.

Tulokset kertoivat, että valmisruoka tuo helpotusta suomalaisten arjen ruuanlaittoon ja säästää aikaa. Hyvästä arjesta huolehtiminen onkin yksi Saarioisten toiminnan kulmakivistä.

Yli puolet tutkimukseen vastanneista suhtautuu valmisruokaan positiivisesti tai neutraalisti. Valmisruuan valintoihin vaikuttavissa asioissa hyvä maku, laadukkuus ja kotimaisuus nousivat tärkeimmiksi tekijöiksi. Yli puolet kuluttajista koki kotimaisen lihan olevan tärkeässä roolissa.

Saarioinen laajensi kuluttajakakattuihin ruokapakasteisiin

Saarioinen on ollut jo vuosien ajan merkittävä suurkeittiösektorin ruokapakastevalmistaja. Tämä osaaminen tuotiin myös vähittäiskauppaan, kun Saarioinen laajensi toimintaansa kuluttajakakattuihin ruokapakasteisiin.

Saarioisten Kartanon parhaat -sarja täydentyi paistovalmiilla pakastepihveillä, -pyöryköillä ja -leikkeillä, jotka tulivat kauppojen pakastehyllyihin lokakuun alussa.

Tällä hetkellä kauppojen pakastevalikoimissa korostuvat kalapakasteet. Saarioinen lisää pakastevalikoimien tarjontaa broiler-, liha- ja kasvisvaihtoehdoilla. Uudet lihapyörykät sekä broiler- ja porsaanleikkeet on valmistettu kotimaisesta lihasta ja pakkauksissa on Hyvää Suomesta -merkki.

Saarioisten pakastetuotteet sopivat niin arki-illan kuin viikonlopun ruuanlaittoon. Ne mahdollistavat ravintolamaailmasta tuttujen ruokien valmistamisen vaivattomasti myös kotona. Paistovalmiit tuotteet takaavat varman onnistumisen ja tuovat vaihtoehtoja kotona valmistettaviin ruokalajeihin.

Ylistyslaulut makaronilaatikolle ja pizzalle

Saarioisten viime vuoden mainonnalla haluttiin nostaa arjen ja arkiruuan arvostamista. Arjestamme on tulossa kiiltokuvamaista suorittamista. Meille määritellään, mitä ja miten pitäisi syödä ja mitä pitäisi välttää. Kuluttajia syyllistetään etenkin valmisruuan käytöstä.

Alkuvuonna televisiossa esitetty Saarioisten Oodi makaronilaatikolle oli ylistyslaulu perinteiselle arkiruualle, liha-makaronilaatikolle. Meille kaikille niin tutulle ja siksi niin tärkeälle.

Toukokuussa ylistyslaulua laulettiin puolestaan pizzalle. Pizzoja paistuu huikeat 20 miljoonaa kappaletta vuodessa, mikä tarkoittaa, että jokainen suomalainen syö vuoden aikana keskimäärin kolme Saarioisten pizzaa.

Vastuullisuus yksi toiminnan kulmakivistä

Saarioinen noudattaa toiminnassaan kansallista ja kansainvälistä lainsäädäntöä sekä yleisesti hyväksytyjä toimintatapoja.

Yhtiö toimii parhaansa mukaan hyvänä yrityskansalaisena ja haluaa ottaa yhteiskunnassa taloudellista, sosiaalista ja ympäristövastuuta. Saarioisten kaikessa toiminnassa korostuvat yhtiön arvot; asiakaslähtöisyys, kannattavuus, vastuullisuus ja ihmisten arvostus.

Saarioinen liittyi YK:n Global Compactin jäseneksi vuoden 2013 kesäkuussa ja on sitoutunut järjestön periaatteisiin (UNGC). Global Compact on YK:n ja liike-elämän yhteinen aloite, jolla pyritään edistämään vastuullista yritystoimintaa.

Eettiset periaatteet päivitettiin

Saarioisten eettiset periaatteet päivitettiin, ja ne julkaistiin syksyllä henkilöstölle pidetyn esimiespäivän yhteydessä. Eettiset periaatteet pohjautuvat Global Compactin kymmeneen periaatteeseen ihmisoikeuksista, työelämänormeista, ympäristöstä ja korruptionvastaisuudesta. Saarioisten eettisissä periaatteissa käsitellään työympäristöä, ympäristöä, korruptionvastaisuutta, kuluttajia, asiakkaita, yhteistyökumppaneita sekä henkilöstöä.

Sitoutuminen Hyvän kauppatavan periaatteisiin

Saarioinen sitoutui Hyvän kauppatavan periaatteisiin ensimmäisenä elintarviketeollisuusalan yrityksenä Suomessa vuonna 2013. Elintarvikeketjua koskevat Hyvän kauppatavan periaatteet ovat osa EU-tasoista elintarvikeketjun itse-sääätelyä. Niiden tavoitteena on parantaa elintarvikeketjun läpinäkyvyyttä ja kilpailukykyä.

Hyvän kauppatavan periaatteet ovat linjassa Saarioisten eettisten periaatteiden kanssa. Niiden mukaisesti Saarioinen myy ja markkinoi tuotteitaan eettisesti hyväksyttävällä tavalla ja hyviä tapoja noudattaen sekä kohtelee yhteistyökumppaneitaan tasapuolisesti ja rehellisesti.

Pakkauksiin lihan alkuperämaa

Vuoden 2013 alussa Saarioinen teki ensimmäisenä alan toimijana päätöksen ilmoittaa vapaaehtoisesti lihan alkuperämaa kaikissa lihaa sisältävien tuotteidensa pakkauksissa. Saarioisten asiakkaat ovat hyvin kiinnostuneita lihan alkuperästä, lihan jäljitettävyydestä sekä lihatoimittajien auditointitoiminnasta. Saarioisten avoin ja läpinäkyvä toiminta vastaa kuluttajien toiveisiin.

Lihan alkuperämaan lisäksi pakkauksiin lisättiin viime vuonna myös tuotteen valmistuspaikkakunta. Näillä toimenpiteillä yhtiö haluaa lisätä entisestään toimintansa läpinäkyvyyttä. Pizzat ovat laatikkoruokien jälkeen Saarioisten toiseksi suosituin tuoteryhmä.

Vuonna 2013 Saarioinen teki myös päätöksen käyttää kotimaista lihaa kaikissa Saarioinen-brändillä myytävissä valmisruokatuotteissa.

Johtaminen henkilöstövuoden keskiössä

Saarioisten henkilöstövuosi 2013 oli määrällisten ja laadullisten toimien vuosi. Henkilöstömäärä väheni toteutettujen toimenpiteiden seurauksena, mutta samaan aikaan keskityttiin voimakkaasti rakentamaan tulevaisuutta.

Saarioisten henkilöstömäärä väheni edellisvuodesta keskimäärin 1 752 henkilöön. Vuoden 2012 lopussa käytyjen yhteistoimintaneuvottelujen seurauksena henkilöstömäärä supistui vajaalla parillasadalla henkilöllä vuoden 2013 aikana. Henkilöstörakenteeseen ei tullut olennaisia muutoksia. Saarioisten henkilöstöstä edelleen lähes 60 prosenttia on naisia, ja tuotannon työntekijät muodostivat viimekin vuonna yhtiön suurimman henkilöstöryhmän.

Henkilöstötoimenpiteet ja toiminnan kriittinen tarkastelu ovat auttaaneet pääsemään tavoiteltuun tulokseen, ja nyt on hyvä aika katsoa eteenpäin sekä lähteä kehittämään toimintaa uudelta pohjalta.

Saarioisilla on jo pitkään panostettu henkilöstön sairauspoissaolojen ja tapaturmien vähentämiseen. Työ on tuottanut tulosta muun muassa siten, että työkyvyttömyyseläkkeiden määrää on pystytty vähentämään ja myös tapaturmien määrä on ollut laskussa. Varhaisen tuen toimintatapojen sekä turvallisen työympäristön kehittäminen ovat edelleen tärkeitä painopisteitä.

Strategiset hankkeet

Keväällä 2013 käynnistettiin strateginen hanke johtamisen kokonaisuuden kuvaamiseksi sekä yhtenäisen johtamis- ja toimintatavan luomiseksi. Tavoitteena on kuvata olemassa oleva johtamisjärjestelmä ja miettiä siihen mahdollisesti liittyviä kehityskohteita.

Hankkeen myötä Saarioisten esimiesten vastuiden ja velvollisuuksien tulisi olla selkeitä sekä esimiehille itselleen että koko henkilöstölle. Lisäksi hankkeen avulla panostetaan henkilöstön osaamiseen ja sitoutumiseen.

Strategiaviestintään panostettiin myös kokonaisuutena vahvasti koko vuoden. Strategisista tavoitteista viestittiin henkilöstölle muun muassa strategiavihkosen ja tiedotteiden avulla. Lisäksi strategisia hankkeita avattiin vuoden 2013 henkilöstölehdissä.

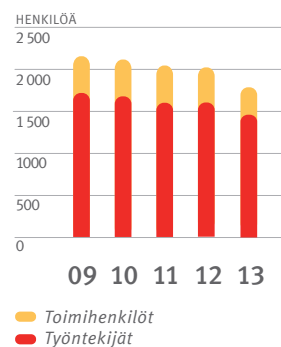
Esimiehet valmennukseen

Saarioisten vuoden 2013 henkilöstövalmennuksissa johtaminen ja esimiestyö saivat erityisen suuren painoarvon. Edellisenä vuonna koostettujen johtamisen periaatteiden ja viimeksi tehdyn henkilöstötutkimuksen tulosten pohjalta rakennettiin mittava esimiesvalmennus, joka koskee kaikkia Saarioisten esimiehiä.

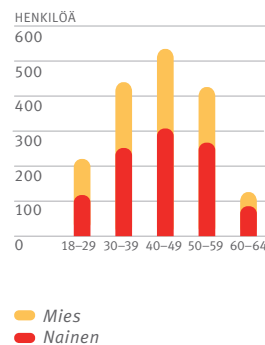
Keväällä aloitettu valmennus jatkuu aina vuoden 2015 alkupuolelle, jolloin Saarioisten esimiehillä tulisi olla yhteinen näkemys siitä, mitä heiltä odotetaan esimiehinä sekä välineet toteuttaa tätä tahtotilaa.

Boss a Novaksi nimetty valmennus koostuu neljästä perusmoduulista sekä erilaisista yhteisistä tapahtumista ja ajankohtaisista infoista. Johtamisen periaatteet toimivat koko valmennuksen punaisena lankana. Moduuleissa keskustelulla ja vertaisoppimisella on suuri painoarvo.

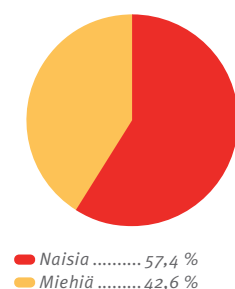
Henkilöstömäärä



Henkilöstön sukupuoli- ja ikärakenne 2013

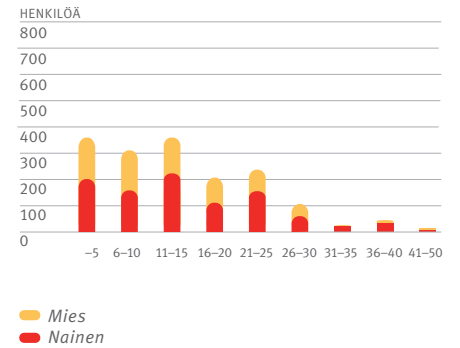


Sukupuolijakauma



Valmennuksesta saadut palautteet ja arviot ovat olleet erittäin positiivisia. Vuoden 2014 alussa toteutettavan henkilöstötutkimuksen toivotaan antavan lisäinformaatiota siitä, onko valmennus osattu fokusoida oikeisiin asioihin.

Palvelusvuodet keskimäärin



Ympäristöasiat tärkeässä roolissa

Ympäristönsuojelu ja ympäristöturvallisuudesta huolehtiminen ovat osa Saarioisten liiketoiminta-ajatusta sekä vastuullista toimintaa. Ympäristöasiat ovat olleet mukana yhtiön toimintajärjestelmässä jo vuodesta 2003 alkaen, jolloin SFS-Inspecta Sertifiointi Oy myönsi Saarioisille ympäristösertifikaatin ensimmäistä kertaa.

Sertifikaatti uusittiin edellisen kerran 2.1.2014, ja se varmentaa, että toimintajärjestelmä täyttää ympäristöstandardin SFS-EN ISO 14001:2004 vaatimukset. Sertifiointi kattaa koko elintarviketuotannon ja teurastamotoiminnan sekä niihin liittyvän hankinnan, tuotekehityksen, laadunohjauksen, myynnin, markkinoinnin ja toimitukset.

Saarioinen seuraa ympäristösuorituskykyään ympäristön kannalta merkittävimmillä toiminnan alueilla, joita ovat laitosten energian- ja vedenkulutus sekä tuotantotoiminnan aiheuttama kuormitus kaatopaikoille ja jätevedenpuhdistamoille.

Energiätehokkuus

Saarioinen on mukana elintarviketeollisuuden energiatehokkuussopimusjärjestelmässä, jossa tavoitteena on vähentää energiankäyttöä yhdeksän prosenttia vuoden 2005 tasosta vuoteen 2016 mennessä. Yhtiön säästötavoite vuoteen 2016 mennessä on 15 000 MWh.

Energiätehokkuuteen panostaminen on tuottanut tulosta. Vuonna 2005 tuotantolaitosten kokonaisenergiankulutus oli 158 000 MWh, kun se vuonna 2013 oli jo noin 16 600 MWh vähemmän. Viimeisin, vuonna 2013 valmistunut energiansäästöinvestointi toteutettiin Huittisten tuotantolaitoksessa. Tehtaan kylmälaitokseen tehdyn investoinnin avulla säästetään energiaa laskennallisesti noin 3 140 MWh vuodessa. Vuonna 2013 aloitettiin myös Valkeakosken tehtaan kylmälaitoksen saneeraaminen energiatehokkaaksi. Laskennallinen energiansäästötavoite Valkeakosken laitoksen osalta on noin 1 800 MWh vuodessa.

Saarioisten energian kokonaiskulutus laski reilut kolme prosenttia vuoden seurantajaksolla. Suhteellinen kulutus pysyi suunnilleen vuoden 2012 tasolla.

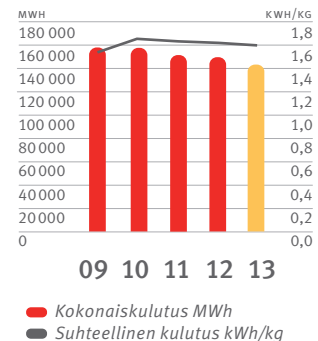
Yhtiö osallistui edellisten vuosien tapaan myös valtakunnallisen energiansäästöviikon viettoon järjestämällä tiedotuskampanjan henkilöstölle energia- ja materiaalitehokkuusasioista. Samassa yhteydessä henkilökunnalta kerättiin vinkkejä liittyen energian ja materiaalien säästöön. Vinkkejä hyödynnetään vuoden 2014 ympäristöviestinnässä.

Vedenkulutus ja jätevesikuormitus

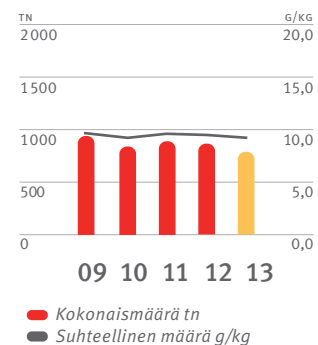
Saarioisten kokonaisvedenkulutus on vähentynyt vuoden seurantajaksolla noin kolme prosenttia. Samassa ajassa suhteellinen vedenkulutus pysyi edellisen vuoden tasolla. Laitosten käyttämä vesi ostettiin kunnallisilta vesilaitoksilta ja jätevedet johdettiin erityyppisten esikäsittelyjen jälkeen kuntien jätevedenpuhdistamoille.

Elintarviketeollisuuden tuotantoprosesseista päätyy orgaanista ainesta jäteveeseen muun muassa pesujen yhteydessä. Jätevesikuormitusta pyritään jatkuvasti vähentämään esimerkiksi työskentelytapoja ja puhtaanapitoa kehittämällä. Tuotantolaitosten jätevesien laatua tutkitaan säännöllisesti ympäristölupien edellyttämällä tavalla. Yhtiön jätevesikuormitus mitattuna biologisena hapenkulutusena (BHK7) kasvoi vuonna 2013 noin kolme prosenttia edellisen vuoden tasosta.

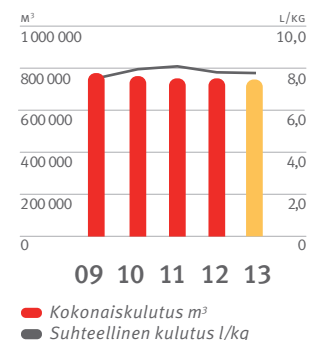
Energiankulutus



Kaatopaikkajäte



Vedenkulutus



Materiaalitehokkuus

Elintarviketeollisuudessa syntyy varsinaisten tuotteiden ohella myös sivutuotteita ja jätteitä. Kaikkien jättejakeiden määrän kehittymistä seurataan kuukausitasolla toimipaikoittain ja jätteiden lajittelua valvotaan tuotantolaitoksissa säännöllisesti. Yhteisenä mittarina toimii kaatopaikalle toimitettavan jätteen määrä, joka on tehokkaan syntypaikkalajittelun ansiosta vähentynyt kuusi prosenttia vuoden seurantajaksolla.

Pääosa eläinperäisistä sivutuotteista toimitetaan rehuraaka-aineeksi, ja suurin osa kasviperäisestä jätteestä menee kompostoitavaksi tai biokaasulaitokseen. Pakkauksista syntyvä jäte toimitetaan hyödynnettäväksi joko materiaalina tai energiana. Pieni osa pakkausjätteestä päättyy sen energiahyötykäyttöön soveltumattoman laadun vuoksi kaatopaikalle. Vaarallisia jätteitä syntyy pieniä määriä laboratorioiden sekä kunnossapidon toiminnasta, ja ne toimitetaan asianmukaiseen käsittelyyn.

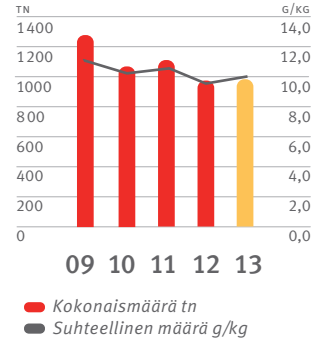
Ympäristöhankkeita

Saarioinen Oy on Pakkausalan Ympäristörekisteri PYR Oy:n jäsen ja hoitaa pakkausjätteisiin liittyvät hyötykäyttövelvollisuutensa PYR Oy:n kautta.

Yhtiö on mukana myös Maa- ja elintarviketalouden tutkimuskeskuksen MTT:n vetämässä Climate Communication II -hankkeessa (2011 – 2013), jossa laadittiin suositus siitä, miten elintarvikkeiden ilmastoviestinnässä tulisi kansallisesti edetä. Suosituksessa kehoitetaan parantamaan kuluttajien tietämystä ja lisäämään viestintää elintarvikkeiden ilmastovaikutuksista. Hanke kuuluu MTT:n Vastuullinen ruokaketju – hyvinvoiva kuluttaja -tutkimusalueeseen.

Vuonna 2014 keskitytään energiatehokkuuden lisäksi henkilökunnan ympäristötietoisuuden parantamiseen lisäämällä tiedottamista ja ottamalla ympäristöasiat vuoden koulutusteemaksi.

Jätevedenkuormitus BHK₇



Strategia

Toiminta-ajatus

Puhtaasta luonnosta hyvää valmista ruokaa.

Tavoite

Menestyvä ruokatalo Suomessa ja Virossa.

Strategian pääkohdat

- Enemmän hyötyä asiakkaalle ja kuluttajalle.
- Kannattava kasvu.
- Osaava ja sitoutunut henkilöstö.
- Parempi kannattavuus ja kilpailukykyisempi kustannusrakenne.
- Kannattava liiketoiminta Virossa.

Arvot

- Asiakslähtöisyys
- Ihmisten arvostus
- Kannattavuus
- Vastuullisuus

Hallitus

Saarioisten hallituksen puheenjohtaja on toimitusjohtaja Kaisu Avotie Saarioisten Taimistot Oy:stä. Hallituksen muut jäsenet ovat toimitusjohtaja Ilkka Mäkelä, johtaja Kari Tupeli, johtaja Heikki Hytönen ja johtaja Janne Tuomisto Saarioinen Oy:stä sekä Leena Avotie ja Maria Dieckmann.

Johtoryhmä



Ilkka Mäkelä
toimitusjohtaja



Heikki Hytönen
johtaja, talous ja tietohallinto



Mirja Lonka
johtaja, tuotekehitys ja laatu



Ritva Tuohimaa
johtaja, tuotanto ja toimitus



Tero Tuominiemi
johtaja, henkilöstö ja hallinto



Janne Tuomisto
johtaja, asiakkuus ja markkinointi



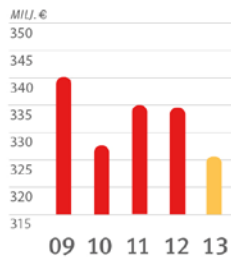
Kari Tupeli
johtaja, valikoimahallinta ja osto

Konsernin avainluvut

1 000 euroa	2013	2012	2011	2010	2009
Liikevaihto (mEUR)	326,4	334,2	334,5	326,8	340,0
Liikevaihdon muutos	-2,3 %	-0,1 %	2,4 %	-3,9 %	-0,6 %
Liikevoitto (mEUR)	10,6	3,5	6,8	15,3	15,4
% liikevaihdosta	3,2 %	1,0 %	2,0 %	4,7 %	4,5 %
Tulos ennen satunnaisia eriä (mEUR)	9,5	1,9	5,5	13,9	14,6
% liikevaihdosta	2,9 %	0,6 %	1,6 %	4,3 %	4,3 %
Nettoinvestoinnit (mEUR)	6,8	13,3	17,7	15,1	37,3
Sijoitetun pääoman tuotto	6,2 %	2,2 %	4,0 %	8,3 %	8,9 %
Maksuvalmiussuhde*	1,5	1,2	1,1	1,4	1,3
Omavaraisuusaste*	56,2%	55,6%	55,6%	55,8%	54,5%
Korolliset nettovelat (mEUR)*	4,3	19,5	24,2	24,0	28,4
% liikevaihdosta	1,3 %	6,0 %	7,4 %	7,3 %	8,4 %
Henkilöstö keskimäärin*	1 752	1 970	2 028	2 098	2 138

*)kauden lopussa

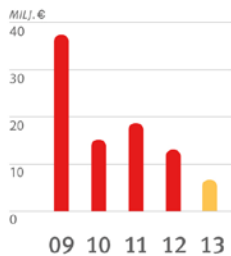
Liikevaihto



Tulos ennen satunnaisia eriä



Investoinnit



Omavaraisuusaste

