

# HARTWALL



Vastuullinen Hartwall 2009

## Sisältö

Lukijalle	s. 2
Toimitusjohtajan katsaus	s. 3
Tärkeimmät tapahtumat 2009	s. 4
Taloudellinen vastuu	s. 6
Ympäristövastuu	s. 7
Sosiaalinen vastuu	s. 8
Avainluvut 2009	s. 10
Hartwall – innovatiivinen juomatalo	s. 12

# HARTWALL

Yritysten yhteiskunnallinen vastuu on tärkeä osa yhteiskuntamme tulevaisuutta. Yritykset tuottavat suuren osan suomalaisesta vauraudesta. Toimimalla vastuullisesti ne voivat parantaa koko yhteiskunnan taloudellista ja sosiaalista hyvinvointia sekä edistää ympäristön kestävä kehitystä. Yritysten rooli on korostumassa entisestään, kun julkisen sektorin voimavaroja koetellaan aiempaa kovemmin.

Panimo- ja virvoitusjuomateollisuudessa vastuullisuus luo oikeutuksen olemassaololle. Se on paitsi menestyksellisen liiketoiminnan ehdoton edellytys myös kaikkea toimintaa leimaava ominaisuus. Hartwall on toiminut vastuullisesti perustamisestaan, vuodesta 1836 saakka. Menneinä vuosina vastuullinen yritystoiminta on konkretisoitunut monin eri tavoin. Nykyisin vastuullisuuden jatkuva arviointi, sen kehittäminen ja siitä viestiminen ovat tärkeämpää kuin aiemmin.

Tämä raportti on päivitys Hartwallin vuonna 2009 julkaisemaan, alan ensimmäiseen vastuuraporttiin Suomessa. Raportin tarkoitus on antaa katsaus vastuullisen toimintamme kehityksestä kuluneen vuoden aikana, laajempi raportti julkaistaan jälleen keväällä 2011.

Toivomme, että esille nostettavat asiat auttavat sinua näkemään uusia puolia yrityksestä. Toivomme myös, että tämä auttaa sinua kannustamaan ja kirittämään meitä kehittäessämme toimintaamme edelleen.

Asiaa vastuullisuudesta on luettavissa myös verkkosivuillamme [www.hartwall.fi/vastuullinenhartwall](http://www.hartwall.fi/vastuullinenhartwall)

# Otamme seuraavan askeleen, tule mukaan!

Hartwall on osa Heineken-konsernia, yhtä maailman suurimmista panimoalan yrityksistä. Heineken on määritellyt tarkoin oman vastuullista yritystoimintaa koskevan strategiansa ja toteuttaa sitä aktiivisesti. Hartwall on omalla tahollaan toteuttanut vastuullista yritystoimintaa jo vuosia. Tätä toimintaa on nyt nivottu samaan linjaan konsernin tavoitteiden kanssa suomalaista toimintaympäristöä kunnioittaen. Tavoitteena on minimoida yrityksen toiminnasta aiheutuvat kielteiset vaikutukset – ja maksimoida myönteiset.

Hartwallin tavoitteena on olla Suomen vastuullisin panimoalan yritys. Tämä tavoite ei ole muuttunut, mutta jatkossa toimintaa ja vastuuseen liittyvää viestintää johdetaan aiempaa tavoitteellisemmin ja suunnitelmallisemmin.

Käytännössä tämä tarkoittaa koko oman henkilöstön aiempaa vahvempaa sitouttamista yritys vastuuseen liittyviin asioihin. Vastuullisten toimintatapojen tulee näkyä jokaisen työntekijän jokapäiväisessä työssä. Vastuuvuoropuhelumme tulee olemaan aktiivisempaa myös kaikkien muiden tärkeiden sidosryhmien kanssa. Tiedämme hyvin, ettemme itse voi määrittellä vastuutamme, sen tekevät sidosryhmämme. Tässä näen, että suomalainen panimoala ja oikeastaan koko alkoholipoliittinen keskustelu kaipaa raikkaampaa ja avoimempaa otetta. Olemme siihen valmiit. Konkreettinen askel tässä

tulee olemaan resurssiemme aiempaa selkeämpi suuntaaminen yritys vastuuseen ja sidosryhmävuoropuheluun.

Vastuu istuu Hartwallilla syvällä yrityksen perimässä. Vuosien saatossa on tehty paljon hyvää, mutta tekemistä riittää vielä. Vastuullinen yritystoiminta on taival, jossa omaa toimintaa voi jatkuvasti kehittää matkalla kohti parempaa yritystä – itse asiassa kohti parempaa maailmaa. Kehittyminen tällä matkalla antaa meille luvan toimia ja myös avaimet pitkän aikavälin menestykseen.

Emme voi kulkea tätä matkaa yksin. Tarvitsemme tuksamme kaikkia sidosryhmiämme. Emme aio jäädä odottelemaan, että muut kulkisivat edellä. Varaudu siis siihen, että tulemme koputamaan ovellesi pyytäen sinua keskustelemaan ja kulkemaan yhdessä eteenpäin.

**Tule mukaan!**



Jan-Kees Nieman  
toimitusjohtaja



# Tarkastelujakson tärkeimpiä tapahtumia

Vuonna 2009 Hartwallin toimintaympäristössä ja toiminnassa tapahtui merkittäviä muutoksia. Tässä niistä keskeisimpiä:

Alkoholiveroa nostettiin vuonna 2009 kaksi kertaa, tammikuussa ja lokakuussa, molemmilla kerroilla 10 %. Suomen olutvero on nyt EU-alueen ylivoimaisesti korkein, 1,3 euroa/litra 5 til-% oluelle. Se on 40 % korkeampi kuin Ruotsissa ja viisinkertainen Viroon verrattuna.

Korkea alkoholivero ja iso ero naapurimaihin verrattuna ovat kasvattaneet merkittävästi yksityistä maahantuontia. TNS Gallupin mukaan matkustajien maahantuoman oluen määrä lisääntyi 27 prosenttia vuodesta 2008 vuoteen 2009. Vastaava long drink -juomien lisäys oli 52 prosenttia ja siiderien 19 prosenttia. Kaikkien alkoholijuomien litramääräisen tuonnin lisäys vuoteen 2008 verrattuna oli 21 %.

Vastataksien tölkkipakkausten kasvavaan kysyntään Hartwall aloitti uuden tölkkilinjainvestoinnin Hartwall Lahteen.

Uudet kierrätysmuovipullot korvasivat kokonaisuudessaan uudelleen täytettävät muovipullot. Uusien kierrätysmuovipullojen palautumisaste oli hyvä jo vuonna 2008, 72 % ja vuonna 2009 se nousi 89 %:iin. Uuden järjestelmän myötä kierrätyksen piiriin tuli paljon sellaisia pulloja, jotka aikaisemmin päätyivät jätteeksi – esimerkiksi lähdevesi- ja urheilujuomapullot.

Parantaakseen tehokkuuttaan ja pysyäkseen kilpailukykyisenä vallitsevassa haastavassa markkinatilanteessa Hartwall ilmoitti joulukuussa 2009 päätöksestään sulkea Tornion panimo syyskuussa 2010 ja keskittää tuotantonsa Lahteen. Samalla myyntitoimintoja organisoitiin uudelleen vastaamaan entistä paremmin asiakatarpeita.

Strategisen työhyvinvoinnin ohjelma käynnistyi vuonna 2009. Ohjelman vision mukaan Hartwallilla on hyvinvoiva, motivoitunut ja osaamista kehittävä henkilöstö, joka vastuullisesti ja yhdessä tekemällä mahdollistaa määriteltyjen liiketoimintatavoitteiden saavuttamisen.

Total Productivity Management (TPM) -ohjelma otettiin käyttöön tuotanto-toimitusketjussa. Ohjelman tavoitteena on luoda uusia systemaattisia tapoja, joiden avulla lisätään operatiivista tehokkuutta ja pienennetään hävikkiä.

# Keskeisiä onnistumisia ja kehityskohteita

## Onnistumiset

Jätteen käsittely ja hyötykäyttö on tehostunut. Erityisesti Hartwall Lahden tuotantolaitoksen yhteyteen avatun bioetanolilaitoksen myötä voimme hyödyntää orgaanisen jätteen entistäkin tehokkaammin. Bioetanolin raaka-aineksi menevät tuotannosta yli jäävä hiiva sekä juomanvalmistuksen ylijäämänesteet.

Tuotannossa työskentelevä henkilöstö voi kouluttautua hygieniää koskevissa asioissa ja suorittaa niihin liittyvän osaamistestin, hygieniapassin.

Ravintosisältömerkinnät on lisätty alkoholittomien juomien lisäksi nyt myös kaikkiin Suomessa valmistettuihin mietoihin alkoholijuomiin.

Tuotevalikoimamme on laajentunut uusilla, entistä terveellisemmällä ja luontaisemmilla tuotteilla.

Heinekenilta omaksuttu, tuotanto-toimitusketjussa käytteenotettu Total Productivity Management (TPM) -ohjelma lisää operatiivista tehokkuutta ja pienentää hävikkiä.

Veden käyttöä on tehostettu.

Hiilidioksidipäästömmme laskivat ja omasta käymisprosessistamme talteen keräämämme, juomien valmistukseen käytettävän, hiilidioksidin määrä nousi.

Sairauspoissaolojen määrä jatkoi laskuaan ja on elintarvikealan keskiarvoon verrattuna alhainen.

Monipuolinen esimiesvalmennusohjelma Buusteri on otettu hyvin vastaan ja saanut osallistujilta hyvää palautetta.

## Kehitettävää

Tutkia perusteellisesti energian käyttöä ja löytää uusia tapoja pienentää energiankulutusta.

Tutkia perusteellisesti mahdollisuudet käyttää uusiutuvia energianlähteitä.

Tutkia perusteellisesti veden käyttöä ja löytää tapoja optimoida kulutusta.

Naisten osuus yrityksen johdossa ja esimiehinä.

Ura-suunnittelu ja osaamisen kehittäminen.

Uudet lähestymistavat työturvallisuuden parantamiseksi.

Vastuulliseen yritystoimintaan liittyvää vuoropuhelua eri sidosryhmien kanssa tulee lisätä.

# Taloudellinen vastuu

## Maksettujen verojen määrä kasvoi

**Taloudellisesti vastuullinen, kannattava ja kilpailukykyinen yritys tuottaa lisäarvoa omistajilleen, mutta myös lukemattomille muille sidosryhmille. Se luottaa yritystoimintaa, työtä ja vaurautta, kasvattaa verotuloja ja vahvistaa koko yhteiskunnan hyvinvointia.**

### Tärkeä työllistäjä

Hartwall on juoma-alan innovatiivinen suunnannäyttäjä Suomessa. Vuonna 2009 yritys työllisti suoraan noin 1000 ihmistä ja noin 1200 ihmistä suomalaisessa alihankintaketjussa. Matkailu- ja ravintola-alalla noin 2800 työpaikkaa syntyy Hartwallin toiminnan tuloksena. Kun tähän lisätään kaupan alan noin 500 työpaikka, voidaan Hartwallin sanoa työllistävän kokonaisuudessaan noin 5500 ihmistä ja tuottavan sitä kautta kansantalouteen noin 201 miljoonan euron panoksen. (Lähde: Regioplan Study, 2009).

Kesätyöntekijöitä Hartwall työllisti vuonna 2009 noin 180.

### Verojen korotukset toivat lisää valtiolle

Varsin nopeat toimintaympäristön muutokset jatkuivat Suomen panimo- ja virvoitusjuoma-alalla. Esimerkiksi alkoholivero nousi kaksi vertaa vuoden aikana, 10 % molemmilla kerroilla. Muutoksista huolimatta Hartwallin taloudellinen asema on vakaa ja tulevaisuus näyttää valoisalta. Maksettujen verojen määrä jatkoi kasvuaan ja vuonna

2009 Hartwall maksoi Suomessa yhteensä 323 miljoonaa euroa erilaisina veroina sisältäen maksetut ennakonpidätykset palkoista.

### Painopiste tuotannon tehostamisessa

Entisestään kiristynyt markkinatilanne, alan kova hintakilpailu, kulutuksen käännyminen laskuun ja alkoholiveron nousu asettavat suuria haasteita Hartwallin toiminnalle. Strategiansa mukaisesti Hartwall kehittää jatkuvasti kilpailukykyään markkinoilla investoimalla kasvuun ja tehostamalla toimintaansa. Kilpailukyvyyn säilyttämiseksi nykyisessä haastavassa markkinatilanteessa kahden

tarjosi yhteistyössä paikallisten työvoimaviranomaisten kanssa tukitoimia irtisanottavien työllistymisen tukemiseksi. Hartwall Lahden uudelle tölkkilinjalle syntyviä uusia työpaikkoja tarjottiin ensisijaisesti irtisanottaville.

### Taantuma näkyi tuotannossa

Hartwallin litroissa mitattu kokonaistuotanto laski vuoden 2009 aikana verrattuna edelliseen vuoteen. Tuotanto oli 329,1 miljoonaa litraa, kun se vuotta aiemmin oli 356,6 miljoonaa litraa. Vuonna 2009 Suomessa myytiin kaiken kaikkiaan noin 870 miljoonaa litraa juomia (ETL).



tuotantolaitoksen ylläpitäminen ei ollut enää taloudellisesti perusteltua. Hartwall ilmoittikin tuotantonsa keskittämistä moderniin ja logistiselta sijainniltaan keskeiseen Lahden tuotantolaitokseen ja sulkevansa Tornion panimon. YT-neuvottelut saatiin päätökseen joulukuussa 2009.

Osana YT-neuvotteluja Hartwall sopi henkilöstöryhmien kanssa irtisanottavan henkilöstön tukitoimista. Lisäksi Hartwall

Kansainvälinen trendi entistä terveellisempien juomien suosion kasvussa jatkui edelleen. Kevytjuomien osuus virvoitusjuomamarkkinoilla kasvaa ja Suomessa kevytjuomien osuus lähentelee jo 40 prosenttia markkinasta. Uusien terveellisten juomien myynti jatkaa kasvuaan.

# Ympäristövastuu

**Toiminnassamme ympäristövaikutusten hallinnassa keskitymme Heinekenin vastuullisuuslinjausten mukaisesti energiaan ja veteen. Olemme lisäksi sitoutuneet kierrättämiseen ja etsimme jatkuvasti uusia tapoja, joilla voisimme käyttää jätettä entistä tehokkaammin.**

### Energia

Energian kestävä käyttö on meille tärkeää ennen kaikkea siksi, että energianlähteet ovat rajalliset. Toisaalta meidän täytyy pienentää omia hiilidioksidipäästöjämme torjuaksemme globaalia ilmaston lämpenemistä, joka on seurausta fossiilisten polttoainneiden käytöstä.

Käyttämämme lämpöenergian määrä nousi kuluneen vuoden aikana 226 kWh/m<sup>3</sup>:sta (2008) 235 kWh/m<sup>3</sup>:iin (2009). Energiankulutuksen nousu selittyy pääosin pienentyneen tuotantovolyymin aiheuttamasta tehottomuudesta.

Sähkön kulutuksemme kohosi puolestaan 128 kWh/m<sup>3</sup>:sta (2008) 137 kWh/m<sup>3</sup>:iin (2009). Alentunut tuotantovolyymi selittää osaltaan sähkönkulutuksen kasvua, mutta ennen kaikkea siihen vaikutti myös Lahden tehtaallamme käyttöönotettu uusi kierrätysmuovipullolinja.

Hiilidioksidipäästömmme yhtä tuotettua juomalittraa kohden laskivat 152 kg/m<sup>3</sup>:sta (2008) 136 kg/m<sup>3</sup>:oon (2009).



Onnistuimme myös nostamaan omasta käymisprosessistamme talteen keräämämme, juomien valmistukseen käytettävän, hiilidioksidin määrän 37 %:sta 44 %:iin.

### Vesi

Vesi on tärkein raaka-aineemme. Kolmannes Lahden tuotantolaitoksellemme käytetystä vedestä menee suoraan tuotteisiin ja kaksi kolmannesta tuotantoon sekä laitteistojen pesemiseen.

Vedenkulutuksemme (yhden juomalitran tuottamiseen kulutettu veden määrä) laski 4,0 litrasta (2008) 3,8 litraan (2009). Kulutuksen vähentymisen taustalla on uudelleen täytettävien juomapullojen korvaaminen uusilla kierrätysmuovipulloilla.

Vedenkulutuksen lisäksi kiinnitämme huomiota ympäristöön palautuvaan jäteveden laatuun. Kaikki vesistöihin palautuva vesi on puhdistettua.

### Kierrätys

Kierrättämiseen Hartwallilla panostetaan yksilötasolta lähtien. Tavoitteena on minimoida kaatopaikalle vietävän jätteen määrä. Kierrätettävät materiaalit käytetään uudelleen joko raaka-aineena tai energiantuotannossa.

Edistämme myös biojätteiden käyttöä. Tavoitteenamme on muuttaa energiaksi kaikki, missä on etanolia tai sokeria. Kesäkuussa 2009 Lahden tuotantolaitoksen yhteyteen avattiin tätä tarkoitusta varten energiayhtiö St1:n bioetanolin Etanolix®-valmistuslaitos.

# Sosiaalinen vastuu

**Heinekenin globaalin strategian mukaisesti Hartwall korostaa sosiaalisessa vastuussaan työturvallisuutta, tuotanto-toimitusketjun vastuullista toimintaa sekä oikeudenmukaisuutta. Onnistuakseen tässä työssä Hartwall investoi henkilöstönsä systemaattiseen kehittämiseen.**

## Henkilöstö

Henkilöstön hyvinvoinnin ja työkyvyn merkitys on keskeistä Hartwallin menestymiselle. Hyvinvointi näkyy tuottavana työnä, minkä vuoksi on tärkeää varmistaa työturvallisuus ja -terveys. Henkilöstön tyytyväisyyttä mitataan joka toinen vuosi henkilöstötutkimuksella. Seuraava tutkimus tehdään vuonna 2010.

## Työturvallisuus

Henkilöstön työturvallisuus on työhyvinvoinnin tärkein osa-alue Hartwallilla. Työhön ja työympäristöön liittyvien vaarojen tunnistaminen ja riskien arviointi sekä kaikkien työtapaturmien sekä läheltä piti -tilanteiden perusteellinen tutkinta ovat jatkuvia toimintamalleja. Niiden perusteella tehdään turvallisuuden kehittämiseksi toimenpiteitä, kuten annetaan työturvallisuuskoulutusta, pyritään vaikuttamaan henkilöstön

turvallisuusasenteisiin sekä toteutetaan teknisiä parannuksia.

Henkilöstön turvallisuusasenteisiin vaikuttaminen on tunnistettu tärkeimmäksi turvallisuuskulttuurin kehittämiskohteeksi. Työympäristö on jo teknisen turvallisuuden kannalta erittäin korkeatasoinen, mutta tapaturmien määrä Hartwallilla on edelleen Heinekenin Länsi-Euroopan alueen keskiarvoa korkeampi.

## Entistä vähemmän sairauspoissaoloja

Henkilöstön sairauspoissaolojen määrä jatkoi laskuaan, ja oli vuonna 2009 4,2 % (4,4 % vuonna 2008). Elintarviketeollisuuden keskimääräinen poissaoloprosentti lähentelee kahdeksaa. Onnistumisen taustalla on paljon määrätietoista työtä työhyvinvoinnin lisäämiseksi.

Henkilöstön työhyvinvoinnista huolehditaan nykyään entistäkin järjestelmällisemmin. Sairauspoissaolojen seuranta on tarkennettu mm. ohjeistamalla esimiehiä puuttumaan poissaolojen syihin jo ennen kuin poissaolot pitkittyvät ja niistä tulee ongelmia.

Strategisen työhyvinvoinnin ohjelma käynnistyi vuonna 2009. Ohjelman vision mukaan Hartwallilla on hyvinvoiva, motivoitunut ja osaamista kehittävä henkilöstö, joka vastuullisesti ja yhdessä tekemällä mahdollistaa määriteltyjen liiketoimintatavoitteiden saavuttamisen. Työhyvinvointi Hartwallilla rakennetaan seuraavien kivijalkojen varaan: osaaminen, motivaatio, valmentava johtaminen, laatu, turvallinen työympäristö, toimivat työvälineet ja avoin vuorovaikutus.



## Jatkuva henkilöstön kehittäminen

Hartwallilla henkilöstön kehittäminen perustuu jokavuotisiin kehityskeskusteluihin ja joka toinen vuosi toteutettavaan henkilöstötutkimukseen. Koulutustarpeet, urasuunnitelmat ja kehittämishankkeet analysoidaan sekä yksilö- että tiimitasolla. Jokainen hartwallilainen oli vuonna 2009 keskimäärin 2,5 työpäivää koulutuksessa (2,3 päivää vuonna 2008).

Yrityskulttuurin ja toimintatapojen kehittämisen työkaluina käytetään joka toinen vuosi toteutettavaa henkilöstötutkimusta ja vuonna 2009 käyttöönotettua Total Productivity Management (TPM) -ohjelmaa. Ohjelman tavoitteena on lisätä Hartwallin operatiivista tehokkuutta ja pienentää hävikkiä. Hartwallilla TPM-ohjelma toteutetaan proaktiivisesti; tarkoituksena on tunnistaa potentiaaliset ongelmat mahdollisimman aikaisin ja ehkäistä niitä jo ennen kuin ne ehtivät laajeta. TPM tarjoaa käytännöllisiä työkaluja toiminnallisen tehokkuuden parantamiseen ja ohjelman tulokset ovat lupaavia.

Henkilöstön osaamisen kehittämisen osalta yksi esimerkki onnistuneesta ohjelmasta vuonna 2009 oli Buusteri-esimiesvalmennus. Ohjelman avulla kehitetään esimiestyötä ja johtamistaitoja. Viime vuonna toteutettiin neljä valmennusmoduulia: 1) Strateginen johtaminen ja viestintä; 2) Ihmisten johtaminen; 3) Yritystalous; 4) Yritysturvallisuus. Yli 100 esimiestä osallistui valmennusmoduuleihin viime vuonna ja ohjelma sai hyvää palautetta osallistujilta.

Keski-Uudenmaan Ammattiopiston kanssa toteutettiin ammatillinen koulutus, jossa 15 tuotannon ja logistiikan työntekijää suoritti kemianteollisuuden tuotannon ammattitutkinnon. Tulokset olivat hyviä, ja toinen vastaava koulutusohjelma on jo käynnissä.

Useita muitakin henkilöstön kehittämisohjelmia on käynnissä. Yksi uusimmista on vähittäiskauppanavassa työskentelevälle henkilöstölle järjestetty koulutus

Hartwall Akatemiassa, jossa henkilöstö perehdytetään uusiin yhteisiin toimintatapoihin.

## Päihdepolitiikka uusittu

Heineken-konsernin laajuinen Cool@Work -ohjelma ohjeistaa konsernin omaa henkilökuntaa vastuulliseen alkoholinkäyttöön. Hartwall aloitti vuonna 2009 Heineken-linjausten mukaisen, uudistetun alkoholipolitiikan käyttöönoton. Se linjaa mm., että Hartwall on päihteetön työpaikka.

## Juomien vastuullinen kulutus

Alkoholijuomat eivät sovi alaikäisille ja täysikäistenkin tulee nauttia alkoholia kohtuudella. Hartwall keskittyy edistämään vastuullista alkoholinkulutusta neljällä eri osa-alueella.

1. Oman henkilöstön alkoholinkäyttö
2. Vastuullinen markkinointi
3. Vastuullisten juomatapojen tukeminen
4. Alkoholin väärinkäytön ehkäiseminen kumppanuuksien kautta

## Vastuullinen markkinointi

Tuotteiden markkinoinnissa Hartwall noudattaa tarkoin suomalaista tiukkaa lainsäädäntöä, omaehtoista vastuullisen markkinoinnin ohjeistusta sekä emoyhtiö Heinekenin linjauksia. Mainonnan hyväksynnälle on tiukka tarkistusprosessi. Lisäksi myynnin ja markkinoinnin henkilöstöä koulutetaan säännöllisesti vastuullisen mainonnan pelisääntöihin. Vuonna 2009 Hartwall sai yhden huomautuksen hyvän markkinointitavan vastaisesta mainoksesta.

## Vastuullisten juomatapojen tukeminen

Heineken-brändillä on omat, suomenkieliset Enjoy Heineken Responsibly -nettisivut, jotka neuvovat vastuulliseen kulutukseen. Järjestämme myös oluen tarjoiluun, kuluttamiseen ja oluen myyntiä koskevaan lainsäädäntöön kouluttavia Hartwall Akatemia -tilaisuuksia juoma-alan ammattilaisille.

## Kumppanuudet

Hartwall osallistui yhdessä Panimoliiton muiden toimijoiden kanssa erinomaista palautetta saaneeseen Kännissä olet ääliö -kampanjaan. Kampanjan tarkoituksena on herättää keskustelua erityisesti humalahakuisen juomisen sosiaalisesta hyväksyttävyydestä. Hartwall rahoitti kampanjaa ja oli avainroolissa sen suunnittelussa. Kampanja on palkittu mm. Vuoden Terveysteko -tunnustuspalkinnolla. Kampanja oli käynnissä koko vuoden 2009.

## Alkoholittomissa juomissa pinnalla terveellisyys ja luonnollisuus

Yksilön hyvinvointi perustuu tasapainoiseen ruokavalioon ja liikuntaan. Kun elintavat ovat kunnossa, on niissä tilaa myös kohtuullisesti käytetyille makeille nautinnoille.

Hartwall kehittää jatkuvasti tuotevalikoimaansa kuluttajatarpeiden mukaisesti ja on tuonut markkinoille useita uusia terveellisempiä ja luonnollisempia vaihtoehtoja. Vuonna 2009 mm. Hartwall Jaffa -virvoitusjuomien reseptejä muutettiin niin, että kaikissa varianteissa käytetään vain luontaisia aromeja. Lasten tarpeisiin markkinoille tuotiin Novelle Fruity Junior, jonka maku tulee aidoista marjoista ja väri luonnosta. Se sisältää myös 30 % vähemmän sokeria kuin virvoitusjuomat tai pillimehut.

Hartwall toi markkinoille myös alkoholittoman Buckler-oluen.

## Ympäristövastuun tunnuslukuja

		2009 ominaiskäyttö	2008 ominaiskäyttö
<b>Energia</b>			
	Lämpöenergian käyttö	235 KWh/m <sup>3</sup>	226 KWh/m <sup>3</sup>
	Lämmöstä bioenergialla %	11,5 %	15,5 %
	Sähköenergian käyttö	137 KWh/m <sup>3</sup>	128 KWh/m <sup>3</sup>
<b>Vesi</b>			
	Veden käyttö tuotannossa	3,8 l/l tuotanto	4,0 l/l tuotanto
<b>Jätevesi</b>			
	Tuotannosta syntyvä jätevesi	2,8 l/l tuotanto	3,0 l/l tuotanto
	COD (kemiallisesti hajoava)	9,5 g/l tuotanto	8,8 g/l tuotanto
	Kokonaisfosfori	0,09 g/l tuotanto	0,05 g/l tuotanto
	Kokonaistyyppi	0,19 g/l tuotanto	0,13 g/l tuotanto
<b>Sivutuotteet</b>			
	Mäski rehuksi	170 kg/m <sup>3</sup> olutta	170 kg/m <sup>3</sup> olutta
	Hiivaliemi rehuksi	3,70 kg/m <sup>3</sup> käymistuote	3,78 kg/m <sup>3</sup> käymistuote
	Piimaa maanparannukseksi	1,43 kg/m <sup>3</sup> käymistuote	2,00 kg/m <sup>3</sup> käymistuote
<b>Hiilidioksidi</b>			
	Kuormitus	136 kg/m <sup>3</sup>	152 kg/m <sup>3</sup>
	% käytetystä omasta tuotannosta	44 %	37 %
<b>Jätteet</b>			
	Sekajäte kaatopaikalle	1,2 kg/m <sup>3</sup>	1,2 kg/m <sup>3</sup>
	Ongelmajäte	0,03 kg/m <sup>3</sup>	0,03 kg/m <sup>3</sup>
	Energiajäte polttoon (puu, käytetyt etiketit)	5,1 kg/m <sup>3</sup>	4,4 kg/m <sup>3</sup>
	Pahvi uusiokäyttöön	1,0 kg/m <sup>3</sup>	0,8 kg/m <sup>3</sup>
	Lasi uusiokäyttöön	4,8 kg/m <sup>3</sup>	3,4 kg/m <sup>3</sup>
	Muovi uusiokäyttöön	12,5 kg/m <sup>3</sup>	7,3 kg/m <sup>3</sup>
	Metallit uusiokäyttöön	0,5 kg/m <sup>3</sup>	0,7 kg/m <sup>3</sup>
<b>Raaka-aineet</b>			
	Maltaan käyttö	148 kg/m <sup>3</sup> olutta	143 kg/m <sup>3</sup> olutta

## Työtapaturmien määrä

Tuotantolaitos	2009 Tapaturmien lukumäärä	2008 Tapaturmien lukumäärä	2009 Tapaturma-taajuus (kpl/100 henkilö-työvuotta)	2008 Tapaturma-taajuus (kpl/100 henkilö-työvuotta)
Lahti	24	32	5,8	5,5
Tornio	6	7	5,6	6,2
Karjoki	0	0	0,0	0,0

Tapaturma = äkillinen, odottamaton, työhön liittyvä tapahtuma, josta aiheutuu vammoja ihmiselle aiheuttaen työkyvyttömyyttä tapahtuman sattumispäivän jälkeisestä päivästä alkaen (Kansainvälisen työjärjestö ILO:n määritelmään perustuen)

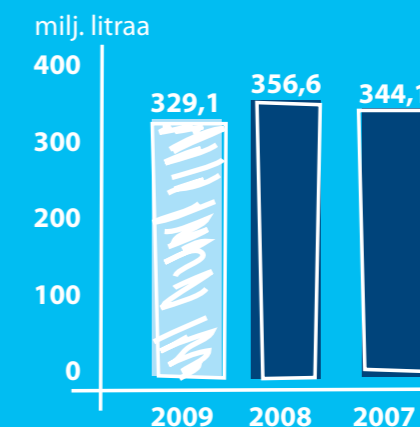
## Koulutus- ja kehittämispanostukset

	2009	2008
Koulutuskustannukset kokonaisuudessaan	436 000 euroa	599 600 euroa
Koulutuskustannukset per työntekijä (ka)	435,6 euroa	586 euroa
Koulutuspäivät per työntekijä	2,5	2,3
Osuus henkilöstöstä, jonka kanssa on käyty vuosittainen henkilökohtainen kehityskeskustelu	85 %	82 %

## Taloudellisen vastuun tunnuslukuja

	2009	2008	2007
Valmisteverot	234 milj €	222 milj €	204 milj €
Tuloverot	10,3 milj €	0	0
ALV	66 milj €	66 milj €	66 milj €
Kiinteistöverot	0,5 milj €	0,5 milj €	0,5 milj €

## Tuotantovolyymi



## Hartwall on vahvojen brändien talo

Hartwall on juoma-alan innovatiivinen suunnannäyttjä. Hartwallin tuotevalikoimaan kuuluu oluita, siidereitä ja long drink -juomia, pullotettuja vesiä, virvoitusjuomia, erikoisjuomia sekä tytäryhtiö Hartwa-Traden kautta viinejä ja muita alkoholijuomia. Tunnetuimmat tuotemerkit ovat Lapin Kulta, Karjala, Foster's ja Heineken -oluet sekä Hartwall Jaffa, Hartwall Novelle, Upcider ja Hartwall Original Long Drink.

Hartwallin moderni tuotantolaitos sijaitsee Lahdessa. Lähdevesipullottamo on Karijoella Etelä-Pohjanmaalla ja pääkonttori Helsingissä. Vuonna 2009 hartwallilaisia oli noin 1000.

Hartwall on osa Heinekenia, joka on Euroopan suurin ja maailman kolmanneksi suurin panimo volyymilla mitattuna.

**HARTWALL**

Oy Hartwall Ab  
Atomitie 2 a  
00370 Helsinki  
[www.hartwall.fi](http://www.hartwall.fi)