



s
a

o
m

n

a

Get our responsibility

Yritysvastuuraportti 2013

s a n o m a

get the world

Sisällys

- 3 . . . Tämä on Sanoma
- 6 . . . Henkilöstö
Kehityksen etulinjassa
Startup Sanoman tapaan
- 11 . . . Vastuullista liiketoimintaa
Muokkaamme maailmaa ympärillämme
Tietoisuutta kasvattamassa
Älykästä tietoa – Älykästä yksityisyyttä
- 16 . . . Talous ja yhteiskunta
Yhdessä yhteisöjemme kanssa
Paikallista toimintaa
- 20 . . . Ympäristö
Fokuksessa ympäristövaikutusten vähentäminen
- 24 . . . GRI-sisältöindeksi



Get the world. Maailma täynnä mahdollisuuksia, tunteita, vuorovai-
kutusta ja inspiraatiota. Sellaisen
maailman me haluamme tarjota.

Tämä on Sanoma

Olemme kuluttajamedian ja oppimisen eurooppalai-
nen edelläkävijä. Suomessa ja Hollannissa olemme
markkinoiden johtava monikanavainen mediayhtiö. Oppimisen markkinamme ovat Suomi, Ruotsi,
Hollanti, Belgia ja Puola. Vuonna 2013 liikevaihtomme oli 2,2 miljardia euroa ja palveluksessamme oli
noin 10 000 ammattilaista. Sanoman osake on noteerattu NASDAQ OMX Helsingissä.

Sanoman tehtävä ja tarkoitus

Me autamme ihmisiä kohtaamaan maailman ja ymmärtämään sitä. Maailma on täynnä mahdollisuuksia ja kokemuksia. Maailmassa riittää tutkittavaa, siihen voi vaikuttaa ja sen haluaa jakaa. Luomme yhdessä asiakkaidemme kanssa laadukasta, merkityksellistä ja kiehtovaa sisältöä: tietoa, inspiraatiota, oppia ja viihdettä. Me vastaamme ihmisten haluun kehittää itseään ja nauttia elämästä.



Tähän me keskitymme

Asiakkaat ovat kaiken tekemisemme keskipisteessä. Tavoittemme on palvella heitä uusin tavoin.

Tämä tarkoittaa, että yhdistämme sisällöt, brändit ja ihmiset, milloin ja missä tahansa. Mainostajille voimme tarjota tehokkaita markkinointimahdollisuuksia tavoittavuutemme ja kuluttajatuntemuksemme ansiosta. Oppimiseen ja opettamiseen tarjoamme uusia, yksilöllisiä ratkaisuja digitaalisissa ja painetuissa välineissä.

Kehitymme tulevaisuuden media- ja oppimisyrietykseksi.

Me kasvamme ja innovoimme. Vaalimme brändejämme ja kehitämme niitä monimediallisiksi. Vahvistamme asemiamme televisiomarkkinassa myös perinteisten jakelukanavien ulkopuolella. Kehitämme tuloksellista oppimismarkkinaa, joka tänään tarkoittaa paljon muutakin kuin oppikirjoja. Kiihdytämme digitaalista liiketoimintaamme ja parannamme suorituskykyämme. Tavoitteenamme on toimia tehokkaasti, keskittyä ydinalueisiimme ja luoda huippusuoritukseen kannustava yrityskulttuuri.

Työtämme ohjaavat yhteiset arvot ja tekemisen tapa: Sanoma Way.

Katso eteenpäin. Haluamme tietää, mitä maailmassa tapahtuu, ja ymmärtää, mikä siihen vaikuttaa. Jaa ajatuksesi. Avaamme keskusteluja ja jaamme kokemuksia, mielipiteitä ja tunteita. Tee yhdessä. Olemme onnistuneet, kun työmme innostaa, koskettaa ja luo mahdollisuuksia. Saa aikaan. Me haluamme saavuttaa tuloksia, vaikuttaa maailmaan joka päivä.

Yritysvastuun raportointiperiaatteet 2013

Tämän yritysvastuuraportin raportointijakso on Sanoman tilikausi 1.1.–31.12.2013. Raportti käsittää Sanoma-konsernin toiminnot kaikissa toimintamaissa, ellei toisin mainita. Osa ympäristöä koskevista tiedoista raportoidaan vain Suomen, Hollannin tai Belgian osalta.

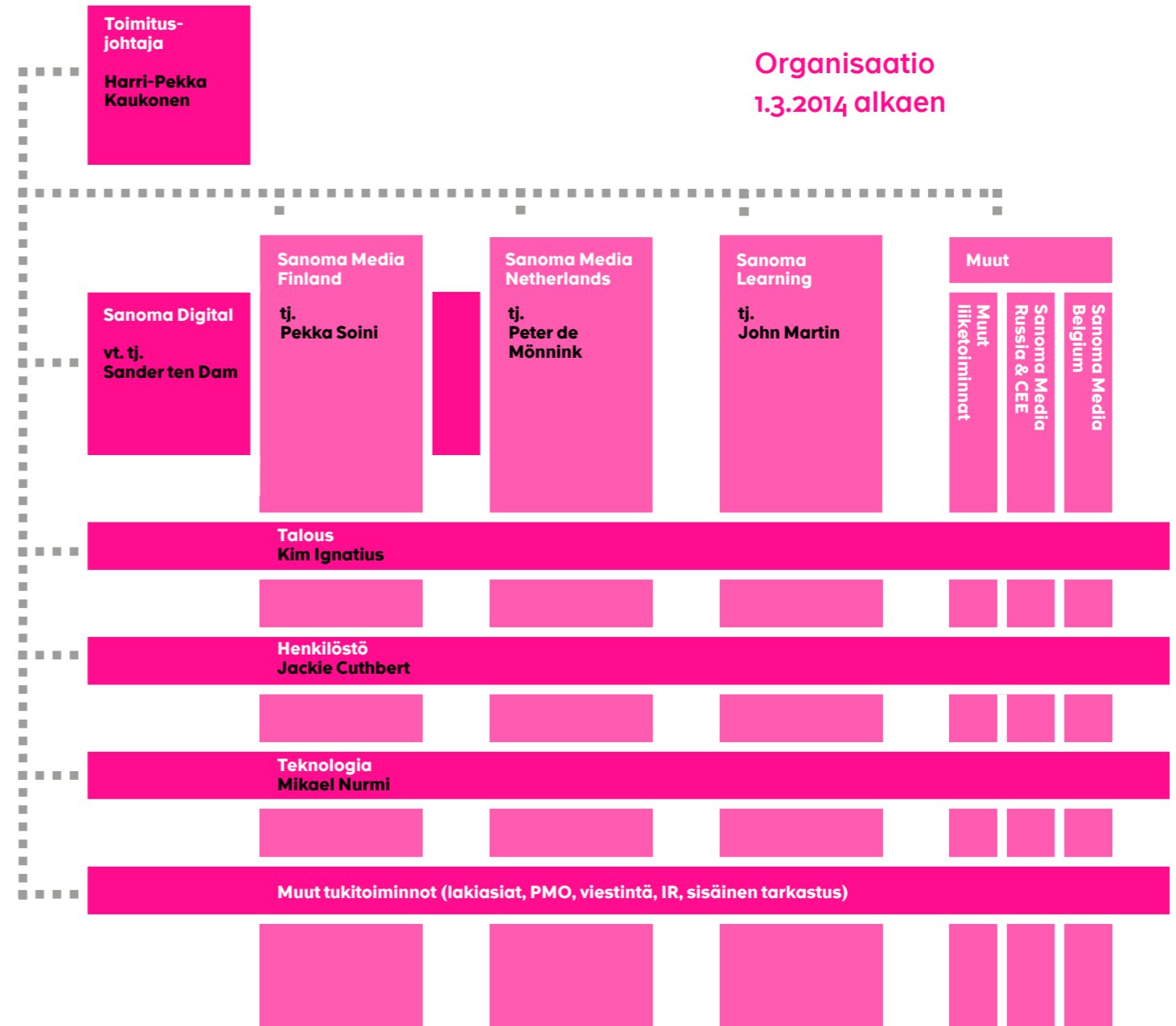
Vuonna 2013 Sanoma-konsernin jatkuvat toiminnot jaettiin kolmeen segmenttiin: Media, News ja Learning. Muut toiminnot raportoitiin tilinpäätöksen kohdassa 'Muut yhtiöt ja eliminoinnit'. Sanoma-konsernilla on 1.1.2014 alkaen kaksi segmenttiä: kuluttajamedia ja oppiminen. Yhtiöllä on kolme strategista liiketoimintayksikköä: Sanoma Media Finland, Sanoma Media Netherlands ja Sanoma Learning. Muut toiminnot raportoidaan kohdassa 'Muut'. Tässä raportissa esitetyt henkilöstömäärät ovat jo uuden raportointimenetelmän mukaisia.

Raportin aiheet on valittu Sanoman tehtävän ja tarkoituksen, media- ja oppimisliiketoiminnan erityispiirteiden ja yhdessä tärkeimpien sidosryhmien kanssa tehdyn olennaisuusarvion perusteella. Tärkeimmät analyysiin osal-

listuneet sidosryhmät olivat Sanoman henkilöstö, yritysasiakkaat, sijoitus-analyttikot ja yhteistyökumppanit.

Tämä raportti perustuu GRI G3 -ohjeistoon. Keskeisten aiheiden

sijainti raportissa on ilmoitettu GRI-hakemistotaulukossa. Sanoman seuraava yritysvastuuraportti on tarkoitus julkaista vuonna 2015.





Kehityksen etulinjassa

Ihmiset ovat tärkeintä kaikessa tekemisessämme: oikeat ihmiset, oikeanlainen osaaminen, vahva sitoutuminen ja onnistumisen kulttuuri ovat Sanoman muutoksen keskeiset menestystekijät. Haluamme olla ketterä ja tehokas median ja oppimisen yhtiö, todellinen johtaja tärkeimmillä markkinoillamme.

Vuoden 2013 lopussa työllistimme noin 10 000 ammattilaista. He ja suuri joukko itsenäisiä ammattilaisia luovat informatiivista, innostavaa, opettavaa ja viihdyttävää sisältöä, joka auttaa ihmisiä ymmärtämään maailmaa ympärillään.

Uudistuva organisaatio

Sanoman uudistuminen eteni merkittävästi vuonna 2013. Sanoma Way eli Sanoman tapa toimia sekä uusi visiomme esiteltiin maaliskuussa. Lokakuussa ilmoitimme yhtiömme historian merkittävimmästä muutoksesta: liiketoimintamme painotusten, toimintamallimme ja johtamismallim-

me uudelleenjärjestelystä. Vuosi oli vaativa, mutta työntekijämme osoittivat vahvaa sitoutumista.

Uudet organisaatorakenteet ja ydintuotteisiin keskittyminen tuottivat jo vuonna 2013 uusia toimintatapoja joissakin yksiköissämme, ja työ jatkuu vuonna 2014. Esimerkiksi uusi Sanoma Digital -yksikkömme yhdistää Suomen ja Hollannin mediatoimintojen digitaalisen liiketoiminnan tuntemuksen, ja äskettäin perustettu Sanoma Technology -yksikkö keskittää koko konsernin IT-osaamisen yhteen osaamiskeskukseen.

Henkilöstömäärämme pieneni liiketoimintojen myynnin, tuotteiden ja liiketoimintalinjojen lopetusten sekä toimitustyön prosessien ja tukitoimintojen kehittämisen seurauksena vuonna 2013. Henkilöstöä vähennetään todennäköisesti myös vuonna 2014, kun aiemmin ilmoitetut uudelleenjärjestelyt toteutetaan. Samalla Sanoma uudistaa tarjontaansa kaikissa medioissa, mikä luo uusia mahdollisuuksia etenkin digitaalisessa mediassa.

Teot ratkaisevat

Suorituskykyisen organisaation ja onnistumisen kulttuurin luomisessa on tärkeää, että henkilöstömme ymmärtää, miten heidän panoksensa vaikuttaa Sanoman tavoitteiden saavuttamiseen. Siksi olemme ottaneet käyttöön kolmivaiheisen suorituksen johtamisjärjestelmän, jonka avulla voimme asettaa järjestelmällisesti tavoitteita, arvioida tuloksia ja tunnistaa kehittymismahdollisuudet. Järjestelmä otettiin käyttöön johtoryhmässä vuonna 2011 ja ylimmässä johdossa vuonna 2012. Vuonna 2013 suurin osa työntekijöistämme käytti ainakin yhtä kolmesta suorituksen johtamisjärjestelmän osasta.

Johtamisjärjestelmää täydentävät palkitsemisen periaatteet: tuloksenteekijät palkitaan samalla, kun tuetaan niitä, jotka eivät ole ylittäneet tavoitteisiin.

Uusi palkitsemisjärjestelmä otetaan vähitellen käyttöön koko yhtiössä vuoden 2015 mennessä. Järjestelmään kuuluu myös osakepohjainen kannustinjärjestelmä ylimmälle johdolle ja johdon avainhenkilöille. Se kannustaa sitoutumaan Sanomaan ja yhtiön pitkän ajan tavoitteisiin sekä työskentelemään omistaja-arvon kasvattamiseksi.

Tulokset ovat tärkeitä, mutta yhtä tärkeä on tapa, jolla me ne saavutamme. Sanoma Way on konsernin yrityksille yhteinen tapa toimia ja tehdä päätöksiä. Se kertoo, miten meidän on toimittava saavuttaaksemme tavoitteemme. Sanoma Way on tärkeä osa jokapäiväistä tekemistämme ja siksi olemme ottaneet sen osaksi vuosittaisia suoritusten arviointeja ja kehityskeskusteluja.

Sanoma Way

- **Katso eteenpäin.** Haluamme tietää, mitä maailmassa tapahtuu, ja ymmärtää, mikä siihen vaikuttaa.
- **Jaa ajatuksesi.** Me avaamme keskusteluja ja jaamme kokemuksia, mielipiteitä ja tunteita.
- **Tee yhdessä.** Olemme onnistuneet, kun työmme innostaa, koskettaa ja luo mahdollisuuksia.
- **Saa aikaan.** Me haluamme saavuttaa tuloksia, vaikuttaa maailmaan joka päivä.

Valmiina muutokseen

Sanoman ensimmäinen konsernialajuinen henkilöstökysely vuonna 2012 auttoi hahmottamaan yhtiön vahvuuksia ja kehitystarpeita työpaikana. Tulosten mukaan pidämme työtämme kiinnostavana ja hyvällä tavalla haasteellisena ja tunnemme saavamme aikaan tuloksia. Olemme sitoutuneita yhtiöön, mutta kaipaamme selkeyttä yhtiön suunnasta liiketoimintaympäristömme muuttuessa perusteellisesti.

Vuonna 2013 muutimme merkittävästi liiketoimintamme painotuksia. Yhtiön suunta on nyt selkeä. Oppimisen lisäksi keskitymme kuluttajamediaan Suomessa ja Hollannissa, mikä on tuonut paljon organisaatiomuutoksia, ja niitä on edelleen odotettavissa. Vuonna 2013 käynnistimme uuden kyselyn selvittääksemme valmiutemme, halumme ja kykymme viedä yhtiön muutos onnistuneesti päätökseen. Seuraamme edistymistämme tekemällä kyselyjä myös vuonna 2014. Seuraava konsernialajuinen henkilöstökysely toteutetaan neljännellä neljänneksellä. Sen jälkeen tiedämme, miten olemme onnistuneet työympäristömme kehittämisessä muutosten keskellä.

Sanoman on parannettava ketteryyttään. Näin me sen teemme.



Sairauspoissaolojen vuoksi menetetyt päivät, %*	2013	2012
Media Finland	2,4	3,2
Media Netherlands	1,9	1,5
Learning	2,6	2,1
Konsernitoiminnot	2,1	1,8
Muut toiminnot	1,3	1,2
Yhteensä	2,0	2,0

*% kaikkien työntekijöiden (vakituiset, määräaikaiset, tarvittaessa töihin tulevat) kaikista päivistä

Oikeat ihmiset oikeissa tehtävissä

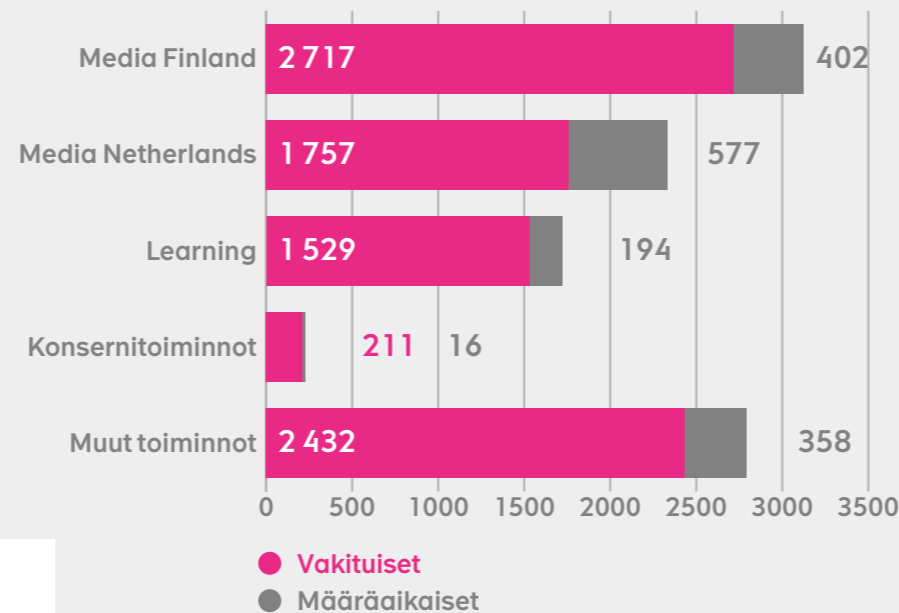
8

Uudistimme työkalumme strategiseen henkilöstösuunnitteluun ja ylimmän johdon seuraajasuunnitteluun vuonna 2013 varmistaaksemme, että meillä tulevaisuudessakin oikeat ihmiset työskentelevät oikeissa tehtävissä. Tarvittavien resurssien ja osaamisen selvittäminen jatkuu vuonna 2014. Yhtiön muuttuessa osa perinteisistä tehtävistä katoaa, mutta samalla tarvitaan uudenlaista, aiempaa laajempaa asiantuntemusta.

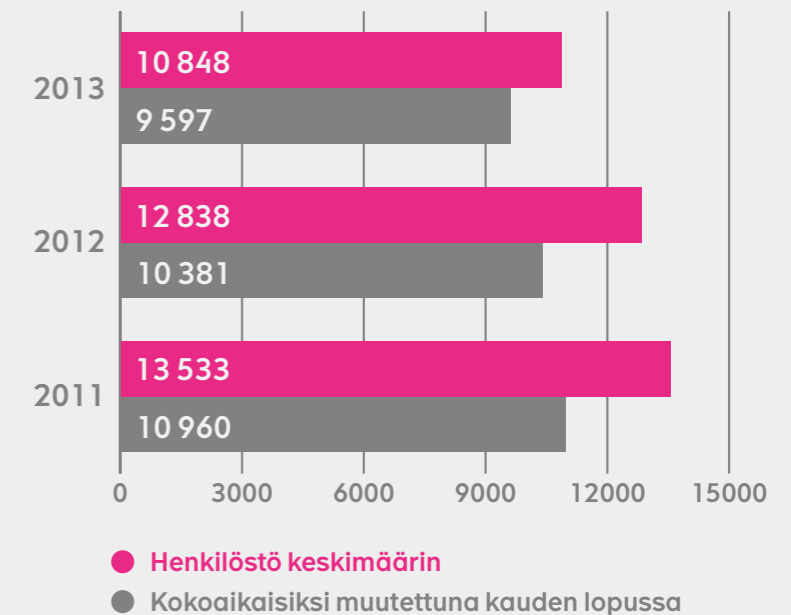
Jatkamme myös työntekijöidemme oppimisen ja kehittymisen tukemista. Uusi suoritusten johtamisjärjestelmämme luo selkeän yhteyden tuloksen ja palkitsemisen välille. Tämä on ensimmäinen vaihe Sanoman kehityksessä oppivaksi organisaatioksi, jossa työntekijät ylläpitävät ja täydentävät osaamistaan. Haluamme varmistaa, että työntekijöillämme on strategiaamme edellyttämät ammatilliset taidot ja johtamistaidot. Innovation Accelerator -ohjelma oli yksi vuoden 2013 kohokohdista uusien työtapojen opettelussa.

+ *Lue lisää ohjelmasta ja yrityskulttuurin muutoksesta seuraavalta sivulta.*

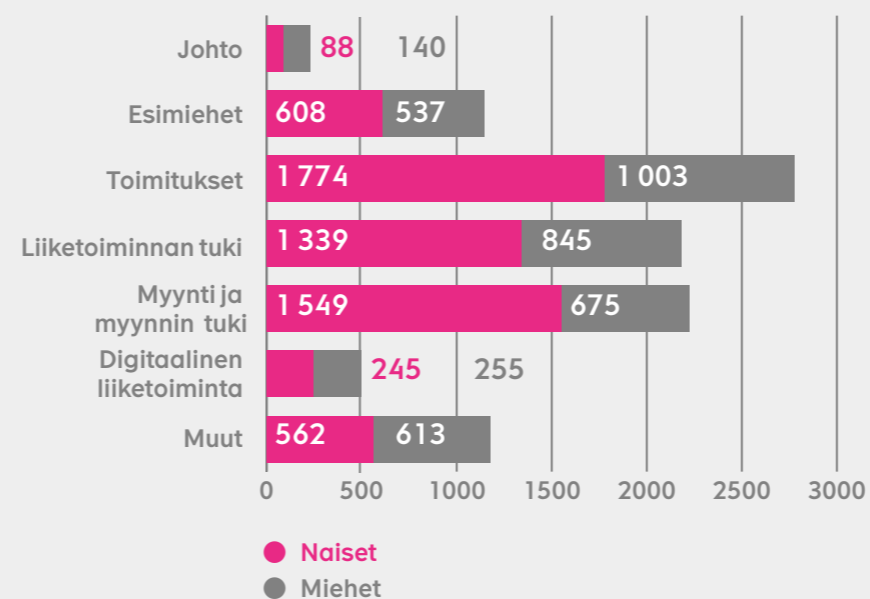
Sanoman henkilöstö



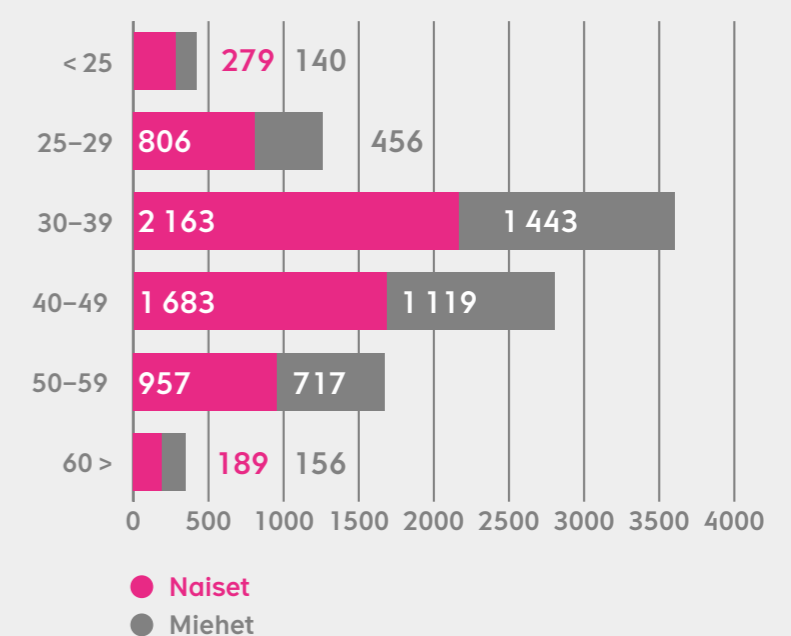
Henkilöstömäärä 2011–2013



Henkilöstö toiminnoittain



Henkilöstön ikäjakauma



Startup Sanoman tapaan – Innovaatiot vauhdittavat muutosta

9

Kun toimiala muuttuu perusteellisesti ja peruuttamattomasti, yhtiö voi toivoa, että sille käy paremmin kuin kilpailijoille, tai se voi ottaa muutoksen mahdollisuutena ja edistää sitä. Me valitsimme jälkimmäisen. Näin syntyi Innovation Accelerator -ohjelma.

Muutosta edistämässä

Innovation Accelerator -ohjelman tavoitteena on löytää ideoita, jotka voivat mullistaa mediamarkkinat ja muuttaa median ja oppimisen tulevaisuutta. Ohjelman avulla haluamme edistää yrityskulttuurin muutosta, luoda uudenlaista ajattelutapaa ja muuttaa Sanoman työntekijöiden suhtautumista innovaatioihin. Koulutamme työntekijöitä uudistamaan yhtiötä. Ohjelma ei tuota vain uusia taitoja ja asenteita tai uudenlaista käytöstä, vaan myös liiketoimintamahdollisuuksia.

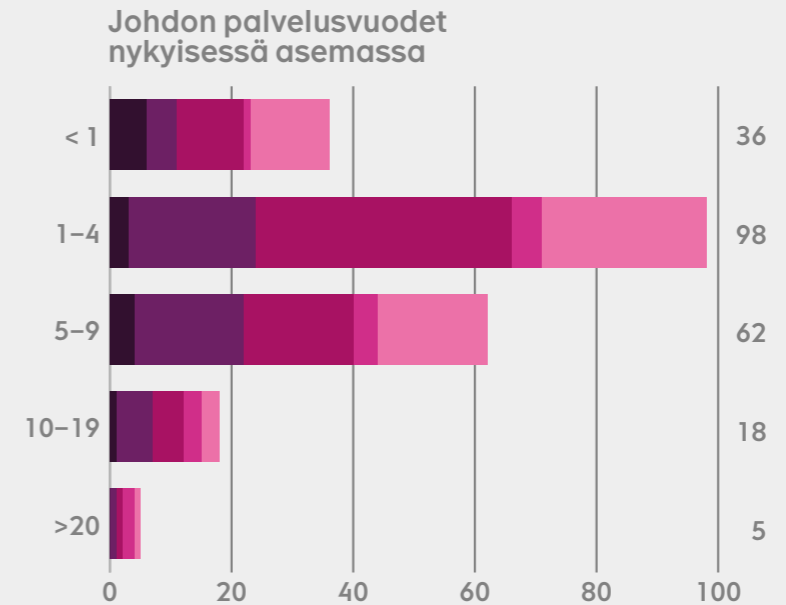
Sisäistä yrittäjyyttä

Innovation Accelerator nostaa luovat

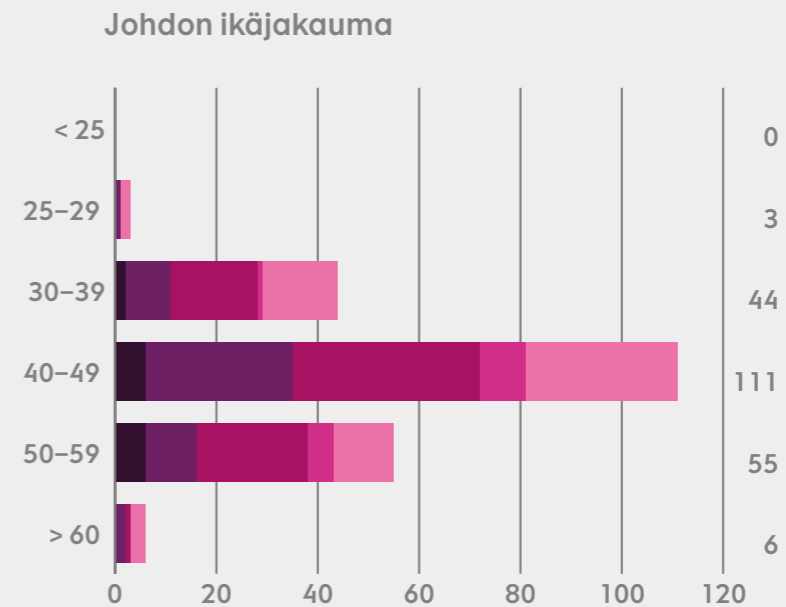
ideat pinnalle ja luo perustan kokeiluille. Sen avulla voimme parantaa yhtiön ketteryyttä – ja oppia myös epäonnistumaan. Innovation Accelerator antaa Sanomalle mahdollisuuden innovoida tehokkaasti hyödyntämällä laaja-alaisesti kansainvälisen henkilöstömme tietämystä ja tukemalla sitä suuren yhtiön resurssein.

Innovation Accelerator on hautomo, jossa erilaiset ihmiset kohtaavat, jakavat ajatuksia ja tekevät työtä yhteisen päämäärän eteen. Liike-elämän tuntijoiden lisäksi ohjelmaan osallistuu esimerkiksi suunnittelijoita, teknologian asiantuntijoita ja sisällön ammattilaisia.

Innovation Accelerator käynnistettiin syyskuussa 2012, ja ensimmäisen kierroksen teemana oli mobiiliteknologia. Vuonna 2013 ohjelman teemoina olivat sisältö, kauppa, kyvyt ja uutisten tulevaisuus. Ohjelmaan on osallistunut jo lähes 700 henkeä. Sen myötä on



● Media Finland
● Media Netherlands
● Learning
● Konsernitoiminnot
● Muut toiminnot



● Media Finland
● Media Netherlands
● Learning
● Konsernitoiminnot
● Muut toiminnot

kerätty noin 4 500 ideaa, joista asiakkaiden testattavana on ollut noin 250. Prototyyppi on rakennettu 20 ideasta, ja kymmentä ideaa on rahoitettu yhtiön sisäisinä startup-yrityksinä.

Ensimmäisen kierroksen osallistujat valitsimme ehdotusten perusteella. Toinen kierros oli avoin kaikille työntekijöille. Kolmas kierros oli avoin myös opiskelijoille: 200 osallistujan joukossa oli yhteensä 75 opiskelijaa kuudesta eurooppalaisesta yliopistosta. Otimme mukaan opiskelijoita, koska halusimme yhdistää yhtiön sisäisen yrittäjyyden avoimeen innovointiin. Tämä syventää ohjelman ajatusta ja luo mahdollisuuksia tulevaisuuden työntekijöille. Myös tulevaisuuden uutisiin keskittynyt Nulab-kierros oli avoin muillekin kuin konsernilaisille. Viides kierros puolestaan keräsi yhteen konsernin nuoret kyvyt.

Innovointia tekemällä

Kaikilla Innovation Accelerator -ohjelman kierroksilla on samat kolme vaihetta. Käynnistysvaiheessa osallistujat esittelevät ideansa.

Aktiivisen digitaalisen oppimisen vaiheessa pidetään webinaareja, joissa osallistujat arvioivat ja tukevat toistensa ideoita. He äänestävät kehityskelpoisista ideoista, ja vähiten ääniä saaneet ideat karsiutuvat. Muutama hanke valitaan nelipäiväiseen kehittämistapahtumaan, jossa osallistujat tekevät ideoistaan prototyyppejä. Tämän bootcampin jälkeen Sanoman johto päättää, mihin ideoihin yhtiö sijoittaa. Parhaiden ideoiden keksijät jatkavat tuotteidensa kehittämistä yhtiön sisäisinä yrittäjinä.

Innovation Accelerator oli vuoden laajin ohjelmamme, mutta järjestimme myös muita konserninlaajuisia ja paikallisia koulutuksia. Esimerkiksi Sanoma Akatemia järjesti vuonna 2013 noin 73 koulutuspäivää (2012: 150 päivää), joiden aiheet vaihtelivat strategiajohtamisesta journalistiikkaan ja kielikoulutukseen. Sanoma Akatemian koulutuksiin osallistui vuonna 2013 noin 630 työntekijää (2012: 800 työntekijää).

Henkilöstö maittain*

Suomi	4206	39%
Hollanti	3086	28%
Puola	962	9%
Venäjä	823	8%
Belgia	717	7%
Unkari	532	5%
Romania	113	
Tšekki	107	
Ruotsi	103	
Ukraina	96	
Bulgaria	56	
Kroatia	44	

* Yhteisyritysten henkilöstö kokonaan

Monimuotoinen Sanoma 2013:

Ihmisten erilaiset taustat ovat valtava voimavara liiketoiminnassamme. Tarjoamme tasavertaiset uramahdollisuudet kaikille iästä, sukupuolesta tai muista henkilökohtaisista tekijöistä riippumatta.

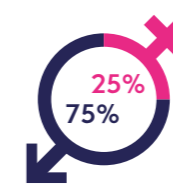
- 9 597 työntekijää*
- Naisia 60 %, miehiä 40 %
- Työntekijöiden keski-ikä on 30–39 vuotta.
- Sanoman hallituksessa oli viisi naista ja viisi miestä.
- Sanoman johtoryhmän jäsenet edustavat neljää kansallisuutta.

* Kokoaikaisiksi muutettuna tilikauden lopussa.

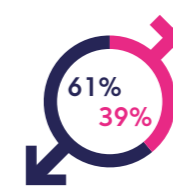
Johtomme 2013



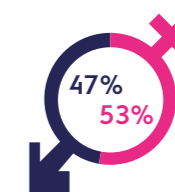
Hallitus



Johtoryhmä



Muu johto



Muut esimiehet

Muokkaamme maailmaa ympärillämme

Sananvapaus ja riippumattomat tiedotusvälineet ovat demokratian perustekijöitä. Oppiminen tukee kykyjä ja taitoja, jotka luovat perustan menestyväälle ja oikeudenmukaiselle yhteiskunnalle. Me edistämme näitä päämääriä tuottamalla luotettavia, luovia ja laadukkaita sisältöjä ja palveluja kaikenikäisille lukijoille, katsojille, kuuntelijoille ja oppijoille.

Asiakassuhteemme rakentuvat luottamukselle. Varmistamalla sananvapauden ja toimitetun sisällön riippumattomuuden takaamme, että asiakkaamme voivat luottaa jakamaamme tietoon. Vastuullisen tiedonhallintamme ansiosta asiakkaamme voivat olla varmoja siitä, että heidän yksityisyyttään kunnioitetaan. Yksilöllisten ja laadukkaiden oppimiskäytäntöjemme ansiosta oppilaat, opettajat ja vanhemmat voivat luottaa siihen, että oppimisessa saavutetaan parhaat tulokset.

Omalla kielellä saatavissa oleva tieto ja viihde sekä mahdollisuus oppia ja inspiroitua vahvistaa paikallista kult-

tuuria. Rakennamme aktiivisesti ympäristöä, jossa voimme tuottaa asiakkaille uusia kiinnostavia palveluja ja laajentaa samalla koko luovaa toimialaa. Monikansallisena mediayhtiönä meillä on mahdollisuus edistää arvojamme sekä kansallisella että Euroopan tasolla. Sanoma tukee aktiivisesti esimerkiksi sananvapautta ja toimintuon riippumattomuutta monissa eurooppalaisissa media-alan järjestöissä, kuten Euroopan kustantajien liitossa EPC:ssä, kaupallisen television yhdistyksessä ACT:ssä, sanomalehtikustantajien yhdistyksessä ENPA:ssa ja aikakauslehtimedian yhdistyksessä EMMA:ssa.





Suomen johtava iltapäivälehti Ilta-Sanomat julkaisi 80-vuotisjuhlansa kunniaksi artikkelisarjan vainotuista, vangituista tai työnsä vuoksi kuolleista toimittajista vuosina 2012 ja 2013. Toimittajia kouluttava BBC Academy otti palkitun sananvapauskampanjan opetusesimerkiksi, ja Unesco julkaisi siihen kuuluneita artikkeleita eri kielillä.

Sananvapaus ja riippumattomuus avainasemassa

Sananvapaus ja riippumattomuus ovat keskeisiä tekijöitä luotettavan sisällön luomisessa. Myös sidosryhmämme pitävät näitä yritysvastuumme olennaisina tekijöinä. Toimitukselliset ohjeemme varmistavat, että julkaisemamme sisältö on puolueetonta ja täsmällistä ja että lukijamme ja katsojamme erottavat toimituksellisen sisällön mainonnasta ja muusta maksetusta sisällöstä.

Mediayhtiöillä on erinomainen tilaisuus nostaa aiheita ja näkökulmia yleiseen keskusteluun. Esimerkiksi Helsingin Sanomat ja Ilta-Sanomat pitävät tätä yhtenä tapana toteuttaa vastuullisuuttaan. Toimituksellisen

riippumattomuuden turvaamiseksi aiheet valitaan aina toimituksessa.

”Helsingin Sanomat voi tuoda järjestystä meitä ympäröivään, monimutkaiseen maailmaan. Meillä on mahdollisuus luoda moniarvoisempaa ja värikkäämpää yhteiskuntaa. Journalistisilla valinnoilla voimme saada lukijamme toimimaan aktiivisesti osana yhteisöä”, päätoimittaja Kaius Niemi sanoo.

Kohderyhmänä lapset

Mediataitojen opettaminen lapsille parantaa heidän ymmärrystään tiedotusvälineiden toimintatavoista ja toimitetun sisällön ja mainonnan eroista. Sanoma on edistänyt aktiivisesti mediataitoa, kuten medialuku-

taitoa, itseilmaisua ja median käyttöä tiedonlähteenä, sekä kannustanut lapsia ja nuoria lukemaan jo yli 40 vuoden ajan etenkin Suomessa.

Osallistumme mediataitojen opetukseen esimerkiksi antamalla sanoma- ja aikakauslehtiä ja muuta sisältöä koululuokkien käyttöön. Toimittajamme ja asiantuntijamme tekevät kouluvierailuja. Vuonna 2013 osallistuimme myös suomalaisen lukemisen ja kirjoittamisen edistämiskampanjaan Luetko sinä?. Helsingin Sanomilla ja Ilta-Sanomilla oli kymmenen vuoden ajan Pisteharjoitustoimitus, jossa vieraili vuosittain noin 10 000 koululaista. Vuonna 2014 painopiste siirtyi teema-tapahtumiin, joista ensimmäiset viisi tapahtumaa järjestettiin kansallisella Sanomalehtiweekillä helmikuussa. Niissä lähes 600 oppilasta pääkaupunkiseudun kouluista keskusteli sananvapaudesta, toimitetun sisällön riippumattomuudesta, kuvajournalismista ja toimitustyöstä Helsingin Sanomien ja Ilta-Sanomien toimittajien opastamana.

Tarjoamme paljon tuotteita, palveluja ja sisältöä lapsille ja heidän vanhemmilleen. Tarjoamme oppimisen ratkaisuja, ja Kids Media -yksikkömme

Suomessa ja Hollannissa tuottavat lapsille televisioviihdettä, lehtiä, kirjoja, tuotteita ja digitaalisia sisältöjä. Sanoma Games -yksikkö tarjoaa laajan valikoiman verkkopelejä. Suomessa Nelonen Media viihdyttää kaikenikäisiä lapsia hausalla ja opettavaisella sisällöllä. Vanhempien on voitava luottaa siihen, että tarjoamme sisällöt ja palvelut ovat turvallisia ja lapsille sopivia. Esimerkiksi televisiossa käytämme ohjelmien luokittelussa ikäjärjestelmää, joka on kehitetty yhteistyössä alan muiden

toimijoiden kanssa. Kunnioitamme lasten oikeuksia, kun lapsia haastatellaan medioissamme tai he osallistuvat televisio-ohjelmiin tai ovat muulla tavalla mukana medioissamme.

Parhaat työkalut oppimiseen

Koulutus on tärkein ihmiskunnan kehitystä tukeva tekijä. Se takaa lapsille paremman tulevaisuuden kaikkialla maailmassa. Opetusprosessin syvällinen ymmärtäminen on ydinosaamisemme. Uskomme, että voimme tukea opettajien työtä ja tehdä oppimisesta

entistäkin palkitsevampaa yhdistämällä laadukkaan sisällön, tekniikan ja tiedon innovatiivisella tavalla.

Yksilöllisessä oppimisessa opettajien käyttämät menetelmät mukautuvat yhä tarkemmin kunkin lapsen tarpeisiin. Analytiikan, ohjauspaneelien ja muiden digitaalisten työkalujen käyttö auttaa opettajia tukemaan lasten yksilöllisiä lahjoja.

Oppimisen yhtiömme tekevät yhteistyötä kansalaisjärjestöjen kanssa

innovatiivisissa hankkeissa. Vuonna 2013 teimme esimerkiksi yhteistyötä KONE Oyj:n 100-vuotissäätiön kanssa toimittamalla sähköisiä oppimateriaaleja siirtolaislapsille Pekingissä opetusta tarjoavaan Dandelion-kouluun.

⊕ *Lue lisää hankkeistamme Talous ja yhteiskunta -osiosta.*

Sanoma Startup Challenge -hankkeemme rakentaa oppimisen tulevaisuutta. Vuonna 2013 käynnistetty kilpailu on tarkoitettu perusasteen ja toisen asteen koulutuksen digitaalisia palveluja tuottaville eurooppalaisille yrityksille. Loppukilpailuun valitut yritykset saavat valmennusta Sanoma Learning -liiketoimintayksikön ja Sanoma Ventures -yksikön asiantuntijoilta. Ne saavat myös mahdollisuuden esitellä ideansa The Next Web -tapahtumassa Amsterdamissa huhtikuussa 2014 ja laajentaa liiketoimintaansa yhteistyössä Sanoman kanssa. Kilpailun voittaja saa 25 000 euron rahapalkinnon.

Tietoisuutta kasvattamassa – Uusi Lastensairaala 2017

Mediayhtiöillä on ainutlaatuinen mahdollisuus lisätä tietoisuutta tärkeistä asioista. Yksi tällaisista juuri nyt on tarve uudelle lastensairaalalle, jonka rahoituksesta osa kerätään lahjoituksina.

Sanoma osallistuu Uusi Lastensairaala 2017 -hankkeeseen monella tavalla. Olemme olleet merkittävä tukija hankkeen alusta alkaen tarjoamalla mediatilaa ja näkyvyyttä painetuissa ja sähköisissä kanavissamme. Vuoden 2013 lopussa

Sanoman hallitus teki myös merkittävän rahalahjoituksen hankkeelle. Sanoman työntekijät ovat käyttäneet luvuuttaan ja löytäneet monia muitakin tapoja auttaa varainkeruussa.

Ilta-Sanomille asioiden nostaminen keskusteluun on ollut tärkein vastuullisuuden muoto jo vuosien ajan. Uusi Lastensairaala 2017 oli Ilta-Sanomien vastuullisuuden pääteema vuonna 2013 sananvapauskampanjan ja alkoholin terveyshaitoista kertovan kampanjan lisäksi. Viikon kestäneen

kampanjan aikana hanke oli esillä lööpeissä, lehden sivuilla ja verkkosivuilla. ”Kun päätämme auttaa, haluamme tehdä sen niin, että kaikki tietävät, mistä me puhumme. Nyt annoimme tilaa pienten potilaiden tarinoille ja kerroimme, millaisessa kunnossa nykyisen sairaalan tilat ovat”, sanoo Ilta-Sanomien päätoimittaja Ulla Appelsin.

Kullakin mediallyämme on oma tapansa lähestyä aihetta. Tarvetta uudelle lastensairaalalle käsitteli artikkelisarjassaan myös Helsingin Sanomat. Hankkeesta ovat kertoneet myös aikakauslehtemme. Lisäksi Meidän Perhe-lehdellä on blogi, jossa varainhankintaan osallistuvat ihmiset voivat kertoa kokemuksistaan. Nelonen Median radiokanavat aikovat osallistua hankkeeseen monin tavoin vuoden 2014 aikana.

Sanoman tiimit ovat osallistuneet varainhankintaan aktiivisesti ideoimalla esimerkiksi huutokauppoja. Ruutu-nettitelevisiopalvelu ja

Urheilusanomat myivät fanituotteita yhteistyössä Huuto.net-sivuston kanssa vuoden 2013 lopussa. Sanoman pääkonttorin työntekijät järjestivät myyjäiset, jossa myytiin Sanoman vanhalla logolla varustettuja tuotteita. Kaikki tulot lahjoitettiin keräykseen.

Me voimme osallistua hankkeeseen antamalla näkyvyyttä, joka mm. tukee varainhankintaa. Vastavuoroisesti me saamme käyttää luovuuttamme hyvään tarkoitukseen. Samalla meillä on mahdollisuus oppia ja kokeilla esimerkiksi uusia mobiiliratkaisuja ja toimintatapoja.

⊕ *Lue lisää muista hankkeistamme tämän raportin Talous ja yhteiskunta -osiossa.*

Uusi Lastensairaala 2017-hankkeen tavoitteena on kerätä lahjoituksina 30 miljoonaa euroa uuden lasten erikoissairaanhoidon huippuyksikön rakentamiseksi Suomeen. Uuden sairaalan kokonaisbudjetti on noin 160 miljoonaa euroa.



Älykästä tietoa – älykästä yksityisyyttä

Kykymme luoda kiinnostavia digitaalisia palveluja yhdistämällä älykästä tietoa tarinankerrontaan on keskeinen tulevaisuuden menestystekijä laadukkaana journalistisen sisällön, median ja viihteen luomisessa. Mielekkään sisällön tarjoaminen oikeille kohderyhmille auttaa asiakkaitamme paremmin ymmärtämään maailmaa ympärillään.

Asiakkaidemme yksityisyyden turvaaminen ja tietojenkäsittelyn läpinäkyvyyden parantaminen ovat

ratkaisevan tärkeitä asiakkaiden luottamuksen säilyttämisessä.

Tietomassat parantavat tarjontaamme

Käynnistimme vuonna 2013 Big Data-hankkeen käyttäksämme tietoa ja analytiikkaa yhä tehokkaammin tuotteidemme kehittämiseen. Tiedon optimoitu ja eettinen käyttö antaa meille mahdollisuuden laajentaa tarjontaamme: voimme tarjota enemmän yksilöllisiä ominaisuuksia, yksilöityjä suosituksia ja kiinnostavaa digitaal-

lista mainontaa. Uuden analytiikan ansiosta asiakkaamme voivat tehdä entistä oivaltavampia liiketoimintapäätöksiä tai saavat lisäarvoa oppimisen tuotevalikoimamme mukautuvilla ominaisuuksilla.

Yksityisyys ja tietosuojat ovat aina olleet asiakassuhteidemme perustekijöitä, mutta Big Data -hankkeemme vie tietosuojan uudelle tasolle: tulevaisuudessa yksityisyyteen liittyvät seikat ovat tuotteiden ja toimintojen suunnittelun lähtökohtia.

Lisää tietoisuutta ja läpinäkyvyyttä

Tieto on yhä olennaisempi osa elämäämme. Kun lisäksi sääntely monimutkaistuu, on tärkeää, että yritykset, kuluttajat ja päättäjät kehittävät tietojenkäsittelyn tuntemustaan ja ymmärrystään vastuullisen tiedonkäsittelyn eduista. Asiakkaamme voivat nauttia täysipainoisesti uusista tiedon optimointiin perustuvista median ja oppimisen tuotteista ja palveluista, kun takaamme digitaalisten palvelujen turvallisen käytön ja jo ihmisoikeuksiin kuuluvan yksityisyyden suojan toteutumisen. Sanoma kehitti vuonna 2013 tietosuojaportaalin parantaakseen asiakkaiden tietämystä yhtiön tiedonkäytöstä ja yksityisyyskäytännöistä

Vuonna 2013 Sanoma Media Netherlands otti Hollannissa käyttöön sähköisten viestintäpalvelujen tietosuojadirektiivin suostumusvaatimusten mukaisen evästeiden hallintaratkaisun, jonka avulla asiakkaamme voivat päättää, kuinka heidän eväsetietojaan kerätään ja käytetään. Sanoma Media Finland puolestaan liittyi IAB:n itsesääntelyohjelmaan, jossa sovelletaan läpinäkyvyyteen, tietoturvaan, asiakkaasta kerättyjen tietojen hyödyntämiseen, koulutukseen ja valitusten käsittelyyn liittyviä periaatteita verkkomainonnassa. Haluamme aktiivisesti tehdä yhteistyötä kumppaniemme kanssa parantaaksemme yleistä ymmärrystä verkkoliiketoiminnan ja mainonnan eri toimijoiden rooleista ja vastuista.

Vastuullisuutta vahvistamassa

Selkeät roolit, vastuut ja osaaminen ovat ratkaisevan tärkeitä vaatimustenmukaisuuden ja vastuullisuuden varmistamisessa. Vuonna 2013 käynnistimme yksityisyysohjelman, jonka tarkoituksena on kehittää tietosuojan periaatteitamme, ja rakensimme sisäisen organisaation yksityisyyteen liittyvien asioiden hallinnointiin. Yksityisyyden sisällyttäminen tuotteisiin ja palveluihin edellyttää, että jokainen työntekijä ymmärtää, miten

yksityisyys on otettava huomioon päivittäisessä työssä.

”Yksityisyyden suojaaminen on kaikkien vastuulla. Tarvitsemme sekä liiketoiminnan että tietojenkäsittelyn, teknologian ja yksityisyyden asiantuntijoita kehittäessämme yksityisyyttä parantavia ratkaisuja analytiikkaan ja asiakkaille tarjoamiimme palveluihin”, toteaa kuluttajatiedon analytiikasta vastaava johtaja Ulla Kruhse-Lehtonen, joka vastaa Sanoman Big Data -hankkeesta ja valittiin Suomen tietajohtajaksi vuonna 2013. Hänen tiimiinsä kuuluu noin 30 data-asiantuntijaa, jotka huomioivat tietosuojan päivittäisessä työssään, ja joista osa on suorittanut jopa Certified Information Privacy Professional -koulutuksen.

Sanoma jatkaa yksityisyysohjelmaansa vuonna 2014. Painopistealueitamme ovat osallistuminen media-alan ja päättäjien väliseen vuoropuheluun, yksityisyyden vaikutusten arvioinnin jatkaminen konsernissa ja kuluttajien tehokasta tiedonkäyttöä helpottavien innovatiivisten ratkaisujen tuominen markkinoille.

Helmikuussa 2014 toteutetun tutkimuksen mukaan 59 % suomalaisista ymmärtää mielestään huonosti Big Dataa ja analytiikkaa. 47 % toivoisi mediatalojen ja koulujen ottavan roolin tietoisuuden lisäämisestä ja datan hyötyjen esiintuomisesta.

Yhdessä yhteisöjemme kanssa

Muutoksemme uudeksi median ja oppimisen yhtiöksi tarkoittaa vahvuksiimme keskittymistä. Samalla luovumme toiminnoista, jotka eivät enää täytä tarkoitustaan. Sanoman tarina alkoi jo 1889, ja liiketoimintaamme ohjaavat pitkän aikavälin sitoutuminen ja kannattavuus.

Toimintaamme ohjaavat Sanoma Way eli Sanoman tapa toimia ja liiketoimintaperiaattemme. Liiketoimintaperiaattemme käsittelevät mm. työntekijöiden tasaverstaista kohtelua, toimitetun sisällön riippumattomuutta, aineettomien oikeuksien kunnioittamista ja hyvän liiketoimintatavan edistämistä. Liiketoimintaperiaatteiden lisäksi hallinnointimme perustuu selkeästi määriteltyihin rooleihin ja vastuisiin sekä yhtenäisiin suunnittelu- ja raportointijärjestelmiin ja toimintaohjeisiin. Noudatamme Suomen listayhtiöiden hallinnointikoodia. Sanoman hallitus

hyväksyy yhtiön hallinnointiperiaatteet ja muut konserninlaajuiset ohjeet.

+ *Lue Selvitys Sanoman hallinto- ja ohjausjärjestelmästä vuonna 2013 osoitteesta Sanoma.com.*

Hyvien liiketoimintatapojen edistäminen tarkoittaa, että teemme yhteistyötä vain arvostettujen ja ammattitaitoisten kumppanien kanssa. Kaikki puolestamme tehdyt liiketoimet ilmoitetaan kirjanpidossamme täsmällisesti. Taloudellisen raportoinnin pääperiaatteet ovat luotettavuus, oikeellisuus ja jatkuvuus. Hyvien toimintatapojen

Verotusta koskevat periaattemme

Sanoma noudattaa toimintamaidensa verolakeja ja vero-säädöksiä. Maksamme veroja tuloistamme ja omaisuudestamme. Vaikutamme lisäksi toimintamaidemme talouteen keräämällä valtionhallinnon puolesta epäsuoria veroja (kuten ALV) sekä työnantaja- ja sosiaaliturvamaksuja. Nämä verot ja verojen kaltaiset maksut hyödyttävät yhteiskuntaa paikallisesti, alueellisesti ja valtakunnallisesti.

Sanoman verotusrakenne on suunniteltu toteuttamaan konsernin pitkän aikavälin taloudellisia ja kaupallisia tarpeita. Pyrimme jatkuvasti yksinkertaistamaan konsernin rakennetta. Tarkastelemme tapauskohtaisesti verotuksen vaihtoehtoja ja pyrimme optimoimaan verotusta, silloin kun se on lain mukaan mahdollista. Sanomalla ei ole toimintoja ns. veroparatiisimaissa. Verotusta koskevissa päätöksissä noudatetaan konsernin hallinnointiperiaatteita.

noudattaminen varmistetaan konserninlaajuisilla toimintaohjeilla, asianmukaisilla hyväksymismenettelyillä ja sisäisellä valvonnalla. Tärkein raaka-aineemme on paperi, jonka vastuullisessa hankinnassa hyödynämme liiketoimintojemme ja toimintamaidemme synergiaetuja.

⊕ *Lue lisää paperin hankinnastamme Ympäristö-osiosta.*

Pitkälle ulottuvia taloudellisia vaikutuksia

Vastaamme kuluttajien käyttäytymisen voimakkaisiin muutoksiin uudistamalla kuluttajamedian liiketoimintojamme, keskittämällä liiketoimintaamme rakenteellisesti houkutteleville markkinoille ja siirtymällä digitaalisiin palveluihin. Oppimisessa laajennamme liiketoimintaa kustantamisesta ratkaisujen ja palvelujen tuottamiseen sekä tutkimme kasvumahdollisuuksia tutroinnissa ja kehittyvillä markkinoilla.

Tämän strategian toteuttamiseksi muutamme toimintamalliamme ja organisaatiotamme. Tavoitteenamme on viedä muutos päätökseen ilman pitkäaikaisia tulosheikennyksiä. Aiomme saavuttaa tavoitteemme keskittämällä liiketoimintojamme

ja hakemalla edelleen merkittäviä kustannussäästöjä, jotta voimme panostaa innovaatioon ja kasvuun myös tulevaisuudessa.

Sanoman toiminnan taloudelliset vaikutukset ulottuvat moniin sidosryhmiin. Liiketoiminnan kulut, työntekijöiden palkat ja etuudet sekä maksetut verot muodostavat suurimman osan jaettavasta taloudellisesta arvosta. Sanoma tarjoaa omistajilleen vakaan osinkotuoton. Konserni jakaa yleensä osinkoina yli puolet tilikauden tuloksesta. Liiketoiminnan muutokseen liittyvien kertainvestointien ja kustannusten vuoksi noudatamme lyhyellä aikavälillä varovaista osinkopolitiikkaa, mikä ennakoi aiempaa pienempää osingonjakoa. Yhtiön hallitus ehdottaa, että vuodelta 2013 maksetaan osinkoa 0,10 euroa osakkeelta (2012: 0,60 euroa). Lisäksi hallitus ehdottaa yhtiökokoukselle valtuutusta mahdollisen ylimääräisen, korkeintaan 0,20 euron, osingon jakamiseksi myöhemmin vuonna 2014.

Sanoma lahjoittaa vuosittain yhtiökokouksen päätöksellä osan tuloksestaan hallituksen valitsemiin hyväntekeväisyyskohteisiin. Vuonna 2013 lahjoitusrahastoon siirrettiin 550 000 euroa. Merkittävimmät lahjoi-

tukset annettiin Uusi Lastensairaala 2017 -hankkeelle ja pitkäaikaiselle kumppanillemme John Nurmisen Säätiölle, joka työskentelee puhtaaman Itämeren hyväksi. Hallituksen suorien rahalahjoitusten lisäksi Sanoma toteuttaa hyvää yrityskansalaisuutta osallistumalla lukuisiin paikallisiin hankkeisiin.

Riskienhallinta

Strategiaa toteuttaessamme altistumme riskeille, ja meille tarjoutuu myös mahdollisuuksia riskinottoon. Liiketoimintaan liittyvien riskien ja niiden mukanaan

tuomien mahdollisuuksien punnitseminen on tärkeä osa Sanoman johdon päivittäistä työtä. Riskienhallintaprosessissamme ei ole havaittu olennaisia riskejä, jotka liittyvät yritys vastuukysymyksiin, kuten ilmastonmuutokseen. Transparency International -järjestön vuosittaisen korruptiovertailun tulosten perusteella Sanoma toimii pääasiassa erittäin pienen korruptioriskin maissa.

⊕ *Lue lisää tunnistetuista riskeistä ja niiden hallinnasta osoitteesta Sanoma.com.*

Konsernin sisäinen tarkastus arvioi vuosittain toimintamaidemme korruptioriskin. Vertailu perustuu Transparency International -järjestön tutkimukseen, ja sitä käytetään riskinarvioinnissa ja suunnittelussa.

Viimeaikaisten liiketoimintojen myyntien jälkeen Sanoma toimii neljässä maassa, joiden vertailuluku Transparency International -järjestön tutkimuksessa on alle 60 asteikolla 0–100 (0 = korruptio hyvin yleistä, 100 = erittäin vähän korruptiota). Näiden neljän maan osuus konsernin vuoden 2013 liikevaihdosta oli 11 %. Puolan osuus oli suurin.



Paikallista toimintaa

Sanoma osallistuu satoihin paikallisiin hankkeisiin ja tukee hyväntekeväisyysjärjestöjä. Paikalliset liiketoiminnot valitsevat hankkeita ja avustuskohteita, joita ne pitävät tärkeinä ja ajankohtaisina toimintaympäristössään. Yhteistyötavat vaihtelevat: voimme esimerkiksi antaa medianäkyvyyttä, lahjoittaa työpanostamme, lisätä tietoisuutta media-

tuotteidemme avulla ja lahjoittaa tuotteita ja palveluja. Medianäkyvyys on tärkeää hyväntekeväisyysjärjestöille, koska se parantaa niiden rahan-keruumahdollisuuksia. Lukuisten pienempien hankkeiden lisäksi olemme keskittyneet kolmeen päähankkeeseen: Uusi Lastensairaala 2017, Puhdas Itämeri ja Roosa Nauha.

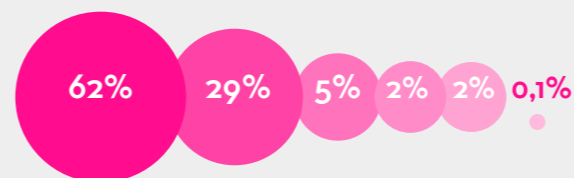
Yhdessä tekemistä

Puolalainen oppimisen yhtiömme Nowa Era on jo vuosien ajan kannustanut työntekijöitään vapaaehtoistyöhön. Viimeisin hanke on eduBudzik-ohjelma, joka auttaa oppilaita löytämään kykynsä ja vahvuutensa sekä opettajia ja vanhempia motivoimaan oppilaita.

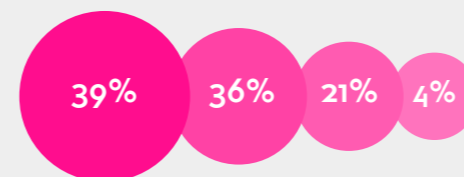
Liiketoiminnan avainluvut, milj. euroa	2013	2012
Liikevaihto	2 218,7	2 376,3
Liikevoitto ilman kertaluontoisia eriä	154,9	231,0
Käyttöomaisuusinvestoinnit	67,3	59,5

Sidosryhmille tuotettu taloudellinen lisäarvo, milj. euroa	2013
Liiketoiminnan kulut	1 274,0
Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut	600,3
Osingonjako	97,7
Korkokulut	47,2
Verot	33,8
Lahjoitukset	1,3

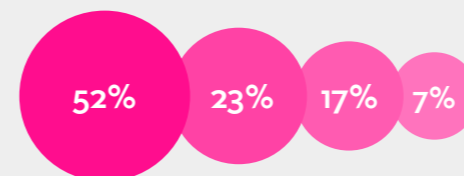
Sidosryhmille tuotettu taloudellinen lisäarvo 2013



Liiketoiminnan kulut ja työntekijöiden palkat ja etuudet 2013



Maksetut verot 2013



- Liiketoiminnan kulut
- Työsuhde-etuuksista aiheutuvat kulut
- Osingonjako
- Korkokulut
- Verot
- Lahjoitukset

- Suomi
- Hollanti
- Muut EU-maat
- Muut maat

- Hollanti
- Muut EU-maat
- Muut maat
- Suomi

Vuonna 2013 järjestimme 11 kaksipäiväistä tiedetapahtumaa, joissa vieraili yhteensä 600 oppilasta ja 55 opettajaa.

Kymmenen vuotta Roosaa Nauhaa

Kymmenen viime vuoden ajan olemme lisänneet tietoisuutta rintasyövästä ja auttaneet keräämään varoja mm. tutkimukseen. Naistenlehtemme Suomessa, Hollannissa ja Belgiassa ovat julkaisseet erikoisnumeroita ja pitäneet aihetta esillä. Olemme lahjoittaneet mediatilaa ja osallistuneet varainhankintaan. Pelkästään Hollannissa Pink Ribbon-lehdet ovat keränneet kymmenen viime vuoden aikana yli 7 miljoonaa euroa Roosa Nauha -säätiölle.

Puhtaampi Itämeri

John Nurmisen Säätiön Puhdas Itämeri -hanke on toinen esimerkki pitkäaikaisesta yhteistyöstä. Annamme panoksemme lähiympäristömme hyväksi tukemalla Puhdas Itämeri -hanketta sekä taloudellisesti että tarjoamalla medianäkyvyyttä

lehdissämme ja televisiossa. Sanoma Way eli Sanoman tapa toimia korostaa jakamisen, yhdessä tekemisen ja aikaansaamisen merkitystä. Siksi arvostamme konkreettisia tuloksia, joita Puhdas Itämeri -hankkeessa on saatu aikaan.

Uusi Lastensairaala 2017

Uusi Lastensairaala 2017 -hankkeen tavoitteena on kerätä lahjoituksina 30 miljoonaa euroa uuden lasten erikoissairaanhoidon huippuyksikön

rakentamiseksi Suomeen. Sanoma on ollut hankkeen merkittävä tukija alusta alkaen tarjoamalla mediatilaa ja näkyvyyttä painetuissa ja digitaalisissa tuotteissamme, ja työntekijämme lahjoittavat osaamistaan hankkeelle myös muilla tavoilla.

+ *Lue lisää hankkeesta tämän raportin Vastuullinen liiketoiminta -osiosta.*



Paikallisia hankkeita 2013

- Hollannissa ohjaamme lehdissä olleista kilpailuista ja sanaristikoista saadut tuotot hyväntekeväisyysjärjestöille, joille lahjoitamme myös mediatilaa. Vuonna 2013 yksi tärkeimmistä kumppaneista oli luonnonsuojelujärjestö Natuurmonumenten.
- Ruotsissa oppimisen yhtiömme Sanoma Utbildning tukee Unicefin School-in-a-box-hanketta, jossa toimitetaan koulutarvikelaatikoita kriisialueille.
- Ilta-Sanommat herättää keskustelua ajankohtaisista asioista.
- Sanoma Pro on jo kuuden vuoden ajan tukenut suomalaisia sairaalakouluja, joissa opiskelee vuosittain noin 4 000 lasta.
- Hollannissa SBS ja Sanoma Media auttoivat keräämään varoja Ronald McDonald Kinderfonds -säätiölle.
- Sanoma Learning lahjoitti sähköisiä oppimateriaaleja kiinalaiselle Dandelion-koululle.

Mediatuotteiden ympäristövaikutukset toteutuvat niiden eri vaiheissa.

Fokuksessa ympäristövaikutusten vähentäminen

Painotuotteiden suurin ympäristövaikutus tulee elinkaaresta: raaka-aineista, tuotannosta ja kuljetuksesta. Digitaalisen mediatuotteen ympäristövaikutuksista suurin osa tulee päätelaitteen valmistuksesta ja käytöstä. Sisällöntuotannossa tärkeimmät vaikutukset syntyvät energian käytöstä ja ihmisten liikkumisesta.

Energiatohokkuuden parantamisen ja ihmisten ja tavaroiden kuljetusten optimoinnin lisäksi ympäristövaikutuksemme pienentämisessä keskeistä on

raaka-aineiden, koneiden ja palvelujen hankinta. Sanoma otti konserninlaajuiset paperinostoperiaatteen käyttöön vuonna 2009 ja kehittää nyt muita hankintaprosesseja.

Mediayhtiönä me voimme myös nostaa aiheita yleiseen keskusteluun: voimme kertoa ihmisille ympäristövaikutuksista ja ehdottaa, miten he voivat vähentää ympäristön kuormitusta. Esimerkiksi Helsingin Sanomat on aiemmin kehittänyt lukijoilleen hiilijalanjälkilaskurin. Voimme myös tuoda

esiin suurempia ympäristökysymyksiä. Vuonna 2013 Helsingin Sanomien toimittaja Heli Saavalainen matkusti Gdanskiin Puolaan ottamaan vesinäytteitä Veiksel-joesta. Näytteet osoittivat, että läheisestä lannoitetehtaasta vuotaa fosforia ympäristöön. Näytteet ja lehtijutut johtivat suomalais-puolalaiseen yhteistyöhön ongelman selvittämiseksi ja Puolan viranomaisten asiaan puuttumiseen.

Vastuullista metsien käyttöä
Paperi on tärkein raaka-aineemme.

Suurena paperin ostajana Sanoma tuntee vastuunsa ympäristöä kohtaan ja edistää omalta osaltaan metsävarojen vastuullista käyttöä mm. paperinostoperiaatteiden linjausten kautta. Tuemme metsien sertifiointia kestävän metsänhoidon menetelmänä ja suosimme sertifioidusta kuidusta tehtyjä paperituotteita. Vuonna 2013 Sanoma käytti 198 200 tonnia paperia, josta noin 90 % oli tehty sertifioidusta kuidusta.

Vastuullisia hankintoja

Sanoma suosii paperintoimittajia, joilla on ISO 14001 -ympäristöjärjestelmä, sillä se edistää ympäristöasioiden jatkuvaa kehittämistä. Suurimmalla osalla paperintoimittajistamme on jo ympäristösertifiointi. Muita painotuotteiden tärkeitä raaka-aineita ovat painolevyt ja musteet sekä prosessin eri vaiheissa käytettävät kemikaalit. Merkittävimmillä raaka-aineiden toimittajillamme on ISO 14001 -sertifiointi tai ympäristömerkki.

Painopalvelujen hankinta on meille tärkeää, koska painatus on ulkoistettu useimmissa toimintamaissamme. Edellytämme yhteistyökumppaneitamme hyvää ympäristöasioiden johtamista. Vuonna 2013 käyttämistämme aikakauslehtipainoista 92 %:lla oli

ISO 14001 -sertifiointi ja monilla myös ISO 9001 -sertifiointi. Hollannissa noin 5 % aikakauslehdistämme painetaan hiilineutraalisti, ja aiomme kasvattaa tätä osuutta. Ympäristöasioista keskustellaan palveluneuvotteluissa, ja niitä seurataan kyselyjen avulla. Pieni osa tuotteistamme painetaan Kiinassa. Kaikilla painokumppaneillamme Kiinassa on ISO 14001 -sertifiointi. Venäjällä käymme keskusteluja painojen kanssa ympäristöjohtamisen parantamiseksi.

Suomessa Sanoma omistaa seitsemän painoa. Sanomapaino on sanomalehtipainamisen markkinajohtaja Suomessa, ja sillä on viisi tuotantolaitosta. Lisäksi Bookwell-

kirjapainollamme on kaksi tuotantolaitosta. Painomme kehittävät jatkuvasti toimintamenetelmiään ja tuotantoprosessejaan. Keskeisiä ympäristötavoitteitamme ovat tehokas jätehuolto ja painokemikaalien hallinta sekä materiaalitehokkuuden lisääminen yleisesti.

Esimerkiksi Sanomapainolla on ollut ISO 14001 -ympäristösertifiointi, ISO 9001 -laatusertifiointi ja OHSAS 18001 -työturvallisuussertifiointi vuodesta 2010. Ympäristötavoitteita toteutetaan sekä pitkällä että lyhyellä aikavälillä. Sanomapaino kehittää jatkuvasti riskienhallintaa, laaduntarkkailua ja tehokkuutta kaikilla tasoilla.

Sanoman paperinkulutus, tonnia*	2013	2012	2011	2010	2009
Sanomalehtipaperi	62 500	74 200	78 600	83 500	87 000
Aikakauslehtipaperi	113 400	122 400	126 200	131 000	129 000
Hieno- ja kirjapaperi, kartongit	21 500	23 600	20 200	21 000	21 000
Kirjansidontapahvi	800	700	800	850	800
Yhteensä	198 200	220 900	225 800	236 350	237 800

* Sisältää sekä konsernin omista painoissa käytetyn että muualla painettuja tuotteita varten hankitun paperin.

Paperinostoperiaatteet lyhyesti:

Sanoma pyrkii pitämään sertifioidun kuidun osuuden yli 80 %:ssa kaikesta ostamastaan paperista.

Edellytämme, että kaikki toimitettu paperi on laillisista lähteistä ja puuraaka-aineen alkuperä on tiedossa ja todennettavissa.

Edellytämme, että kaikki paperintoimittajamme kunnioittavat ja noudattavat ihmisoikeuksia ja työntekijöiden oikeuksia sekä näihin liittyviä kansainvälisiä sopimuksia. (YK:n ihmisoikeuksien julistus ja Kansainvälisen työjärjestön ILO:n julistus työelämän perusperiaatteista ja -oikeuksista).

Sanoma suosii toimittajia, joilla on ISO 14001 -sertifioitu ympäristöjärjestelmä.

Paperinostoperiaatteet tarkistetaan määräajoin ja päivitetään tarvittaessa. Viimeisin päivitys tehtiin vuoden 2013 lopussa.

Kierrätyskuitu ja ensikuitu – kumpaakin tarvitaan

Sekä käyttämämme ensikuitu että kierrätyskuitu ovat sertifioitua eli vastuullisesti tuotettua kuitua. Ensikuitua on välttämätöntä käyttää monissa paperilaaduissa painatusvaatimusten takia. Monissa paperilaaduissa, kuten hienopapereissa, ei ole lainkaan kierrätyskuitua. Kierrätyskuitua käytetään pääasiassa sanomalehtipaperissa. Sanoman käyttämästä sanomalehtipaperista 17 % sisälsi kierrätyskuitua vuonna 2013. Sanomalehtituotteissa kuitua voidaan kierrättää 5–7 kertaa, minkä vuoksi ensikuitua tarvitaan aina.

Tuotteen käyttötarkoituksen lisäksi kierrätyspaperin saatavuus rajoittaa sen käyttöä. Esimerkiksi Suomessa vain yksi tehdas tuottaa kierrätyskuitupitoista sanomalehtipaperia. Kierrätysmassan osuus paperissa vaihtelee 40–60 % välillä. Suomessa paperiyhtiöt käyttävät pääasiassa ensikuitua, koska sitä on runsaasti saatavilla.

Sanoma alkoi uudistaa hankintaprosessejaan vuonna 2013, ja kehitystyö jatkuu vuonna 2014. Ympäristön näkökulmasta esimerkiksi tieto- ja viestintäteknikka ja kuljetuspalvelut, mukaan lukien työsuhdeautot, ovat palvelujen hankinnassa keskeisiä paperin ja painopalvelujen lisäksi.

Ympäristöä säästäviä kuljetuksia

Painaminen mahdollisimman lähellä markkinoita minimoi kuljetusmatkat. Suurimmat painajamme sijaitsevat merkittävimmissä toimintamaissamme: Suomessa, Hollannissa, Belgiassa ja Puolassa.

Pääosa kuljetuksista on ulkoistettu. Suomessa jakelukumppanimme Itella vastaa sanomalehtien varhaisjakelusta ja tilattujen aikakauslehtien jakelusta. Itella on tuottanut vuodesta 2011 alkaen hiilineutraaleja jakelupalveluja, eli se neutralisoi ilmastovaikutuksensa täysimääräisesti ilmastoprojektien kautta. Sanoman lehtien irtonumerojakelu myyntipisteisiin hoidetaan toimintamaissamme yhteistyössä muiden kustantajien kanssa. Esimerkiksi Suomessa Lehtipiste hoitaa kaikkien kustantajien aikakauslehtien irtonumeroiden ja iltapäivälehtien yhteiskuljetukset

sekä myymättä jääneet lehdet ja toimittaa ne kierrätykseen. Hollannissa jakeluyhtiömme Aldipress tarjoaa samanlaisen palvelun kustantajille.

Sanoma kehittää aktiivisesti uusia, entistä joustavampia tapoja työskennellä. Tämä pienentää energiankulutustamme ja kuljetusten tarvettamme. Videoneuvottelut ja verkkokokoukset ovat vähentäneet matkustamista toimipisteiden välillä. Hollannissa ja Belgiassa työntekijöitä kehoitetaan pitämään vähintään yksi etätyöpäivä viikossa, ja samankaltaista käytäntöä kokeillaan Suomessa. Sanoma kannustaa työntekijöitään käyttämään julkista liikennettä. Esimerkiksi Belgiassa julkisen liikenteen käyttö on kasvanut selvästi sen jälkeen, kun Sanoma Media Belgium muutti uusiin toimitiloihin. Suomessa Kampus-hankkeen toimipaikat on valittu niin, että toimistoillemme ja toimistojemme välillä matkustettaessa on käytännöllistä ja helppoa käyttää julkista liikennettä.

Tehokasta lajittelua ja kierrätystä

Materiaalien tehokas käyttö säästää luonnonvaroja. Haluamme pienentää toiminnoissamme syntyvän jätteen määrää lajittelemalla tehokkaasti ja

tehostamalla prosessiemme resurssitehokkuutta. Estämällä jätteen syntymisen voimme pienentää ympäristövaikutuksia. Kiinnitämme jo materiaaleja valitessamme erityistä huomiota käytön jälkeiseen kierrätykseen.

Painoissamme jätteen käsittely on jo tehokasta. Esimerkiksi Sanomapainon tuotantoprosessissa syntyvästä jätteestä, yhteensä noin 8 000 tonnia vuonna 2013, 99 % voidaan kierrättää ja käyttää uudelleen. Kaikki paperijäte ja kartonkijäte sekä painolevyt ja muu metallijäte kierrätetään. Suurin osa haitallisista kemikaaleista voidaan käyttää uudelleen muissa teollisissa prosesseissa. Vain painomustetta ei voi käyttää uudelleen, joten se poltetaan sähkön tuotannossa.

Suurin osa jätteestämme syntyy tuotantolaitoksissamme, mutta kiinnitämme lajitteluun ja kierrätykseen huomiota myös toimitiloissamme.

Median ympäristövaikutusta voidaan edelleen pienentää, kun käyttäjät kierrättävät tuotteet asianmukaisesti. Paperituotteiden kierrätys on järjestetty tehokkaasti sekä Suomessa että Hollannissa. Euroopassa paperin

kierrätysaste oli 71,7 % vuonna 2012. Suomessa 71 % painopaperista ja kartongista kierrätettiin ja käytettiin uudelleen vuonna 2012. Suurin osa kierrätyspaperista menee paperi- ja kartonkitehtaille.

Digitaalisessa mediassa käyttäjä voi vaikuttaa merkittävästi ympäristövaikutukseen valitsemalla, mitä laitetta käyttää ja kuinka usein vaihtaa sen uudempaan, ja varmistamalla lopuksi, että laite kierrätetään asianmukaisesti.

Painotuotteiden ja digitaalisen median ympäristövaikutukset toteutuvat tuotteen elinkaaren eri vaiheissa

Painotuotteillamme ja digitaalisilla tuotteillamme on eriasteisia ympäristövaikutuksia. Niiden vertailu on haasteellista ja melko tarpeetonta, koska niitä käytetään usein toisiaan täydentävästi tai rinnakkain.

VTT:n tuoreen tutkimuksen mukaan ympäristövaikutukset toteutuvat eri vaiheissa. Painotuotteissa raaka-ainesten tuotanto ja painoprosessi kuluttavat paljon energiaa ja muita resursseja. Myös logistiikalla on merkitystä kuljetusmatkan ja kulje-

tustavan osalta. Painetun tuotteen käyttö ei kuitenkaan kuormita ympäristöä, koska päästöjen määrä ei lisäännä yksittäisen tuotteen lukijamäärän myötä, ja kierrätys on järjestetty tehokkaasti useimmissa toimintamaissamme.

Digitaalisen median ympäristövaikutukset toteutuvat pääasiassa laitteen valmistuksessa ja käytössä. Digitaalisen median hiilijalanjälkeä ja energiatehokkuutta on tutkittu, mutta nämä eivät välttämättä ole merkittävimpiä tekijöitä. Ratkaisevampaa on, mistä materiaaleista laite on valmistettu, mitkä ovat sen energiaominaisuudet, miten käyttäjän tarvitsema sähkö on tuotettu, miten kauan laitetta käytetään selailuun ja miten monta latausta tehdään. Käyttäjät voivat vähentää ympäristökuormitustaan merkittävästi harkitsemalla, kuinka usein laite kannattaa vaihtaa uudempaan, ja varmistamalla, että elektroniikkajäte kierrätetään asianmukaisesti.

Energian käyttö Sanomassa

Seuraamme energiankulutustamme säännöllisesti. Pienennämme ilmastovaikutustamme parantamalla toimitilojemme ja tuotantolaitostemme energiatehokkuutta. Sanoman energiankulutus laski edelleen vuonna 2013. Tämä johtui osin rakennemuutoksista ja osin toimintamme tehostamisesta erityisesti kuluttujamediassa: Hollannissa mediatoimintomme ovat siirtyneet neljästä toimipisteestä yhteen toimipaikkaan ja Belgiassa kahdessa toimipisteestä yhteiseen toimipaikkaan. Suomessa keskitämme parhaillaan toimintojamme pääkaupunkiseudulla kolmeen toimipaikkaan.

Energiatehokkuus otetaan huomioon uusien toimitilojen suunnittelussa ja laitteistojen valinnassa. Hollannissa Hoofddorpin toimipisteemme sähkönkulutus pienentyi 7 % vuonna 2013 joustavien työtapojen ja energiatehokkuuteen tehtyjen investointien ansiosta. Belgiassa on saatu noin 30 %:n säästöt siirtymällä uusiin, entistä tehokkaampiin toimitiloihin ja investoimalla energiaa säästäviin ratkaisuihin. Suomessa kulutimme 53 851 megawattituntia eli 6 % vähemmän energiaa kuin edellisvuonna. Painojen osuus energiankulutuksesta oli noin 60 %. Sanoma Media Netherlands siirtyi käyttämään vihreää sähköä vuonna 2013. Sanoma Media Belgiumissa vihreää sähköä on ollut käytössä jo vuosia.

Sanoman GRI-sisältöindeksi 2013

Vertailu GRI G3 -ohjeistoon

GRI:n kohta	GRI-sisältö	Raportoitu	Sijainti	Huomiot
1	Strategia ja analyysi			
1.1	Toimitusjohtajan lausunto	Kyllä	Sanoma View 2013, s. 7-10	
1.2	Organisaation keskeisten vaikutusten, riskien ja mahdollisuuksien kuvaus	Kyllä	Sanoma View 2013, s. 7-10	
2.	Organisaation taustakuvaus			
2.1, 2.4, 2.6	Organisaation nimi, organisaation pääkonttorin sijainti, omistusrakenne ja yhtiömuoto	Kyllä	Tilinpäätös ja toimintakertomus 2013: Liite 1, s. 18	
2.2, 2.7	Tärkeimmät tavaramerkit/brändit, tuotteet ja/tai palvelut, markkina-alueet	Kyllä	+ http://www.sanoma.com/fi/tama-sanoma/osaamisalueet	
2.3, 2.5, 2.8	Organisaation operatiivinen rakenne, niiden maiden lukumäärä ja nimet, joissa organisaatio toimii, raportoivan organisaation koko	Kyllä	+ http://www.sanoma.com/fi/tama-sanoma/organisaatio	
2.9	Merkittävät muutokset organisaation koossa, rakenteessa tai omistusrakenteessa	Kyllä	+ http://www.sanoma.com/fi/sijoittajat/taloustieto/yritysmyynti-ja-ostot	
2.10	Raportointijaksolla saadut palkinnot	Kyllä	+ http://www.sanoma.com/fi/media-room	
3.	Raportin muuttajat			
3.1-3.3	Raportointijakso	Kyllä	5	
3.4	Yhteystiedot	Kyllä	Raportin takakansi	
3.5	Raportin sisällönmäärittely	Kyllä	5	
3.6-3.8	Raportin rajausta ja erityiset rajoitukset raportin laajuudessa tai rajauksessa	Kyllä	5	
3.10	Aikaisemmista raporteista poikkeavan tiedon syyt ja vaikutukset	Kyllä	5	
3.11	Merkittävät muutokset raportin laajuudessa, rajauksissa tai mittausmenetelmissä	Kyllä	5	Organisaatorakenteen muutos
3.12	GRI-ohjeiston mukaisesti laaditun raportin sisällysluettelo	Kyllä		
4.	Hallintotapa, sitoumukset ja yhteistyö			
4.1-4.4.	Hallintotapa	Kyllä	+ http://www.sanoma.com/fi/sijoittajat/hallinnointi	
4.8	Organisaation missio tai arvot, toimintasäännöt ja -periaatteet	Kyllä	4 ja 7 + http://sanoma.com/fi/sijoittajat/hallinnointi/liiketoimintaperiaatteet	

Sidosryhmätoiminta			
4.14-4.15	Organisaation sidosryhmät ja sidosryhmien määrittely- ja valintaperusteet	Kyllä	4 ja + http://www.sanoma.com/fi/tama-sanoma/yritysvastuu
4.17	Sidosryhmien esille nostamat teemat ja huolenaiheet	Kyllä	4 ja + http://www.sanoma.com/fi/tama-sanoma/yritysvastuu
Taloudelliset toimintaindikaattorit			
EC1*	Tuotettu ja jaettu suora taloudellinen lisäarvo	Kyllä	18
EC2*	Ilmastonmuutoksen taloudelliset seuraamukset ja muut riskit ja mahdollisuudet organisaation toiminnan kannalta	Osittain	+ http://www.sanoma.com/fi/riskienhallinta
EC3*	Eläketurvan kattavuus	Kyllä	Tilinpäätös ja toimintakertomus 2013: Liite 8, s. 32-35
EC4*	Valtiolta saatu merkittävä taloudellinen avustus	Kyllä	Avustuksia ei ole saatu
Ympäristöindikaattorit			
EN1*	Käytetyt materiaalit painon ja määrän mukaan	Kyllä	21 Paperi
EN 2*	Kierrätettyjen materiaalien suhteellinen osuus käytetystä materiaalista	Kyllä	22 Kierrätyskuidun osuus sanomalahtipapereissa
EN4*	Päälähteiden epäsuora energiankulutus	Osittain	23 Sähkökäyttö Suomessa
EN22*	Jätteet	Osittain	22 Jätteet painoista
Henkilöstökäytäntöihin ja työoloihin liittyvät indikaattorit			
LA1*	Henkilöstön kuvaus työsuhteen tyypin, työsopimuksen ja toiminta-alueen mukaan	Kyllä	8,10
LA7*	Tapaturmien ja ammattitautien, menetettyjen työpäivien ja poissaolojen määrät	Osittain	7 Koko konsernin sairauspoissaolopäivät
LA12	Kehitys- ja urakeskustelut	Kyllä	6-7
LA13*	Hallintoelinten kokoonpano ja niihin kuuluvien työntekijöiden osuus	Kyllä	8-9
SO2*	Niiden liiketoimintayksiköiden suhteellinen osuus, joiden osalta on tehty lahjontariskianalyysi	Kyllä	12

Get our responsibility

Yritysvastuuraportti 2013

Julkaisija: Sanoman konserniviestintä

Päätöimittaja: Anna Tuominen

Tekstit: Satu Kaivonen, Mari Mattila, Riikka Turunen, Anna Tuominen

Kuvat: Sanoma; Lassi Kurkijärvi (s. 6-7); Samuli Pulkkinen (s. 14);

Łukasz Sokół, Navegadores (s. 18); Paula Pankakoski (s.19); Anu ja Ilkka

Lastumäki, John Nurmisen Säätiö, Puhdas Itämeri -hanke (s. 20)

Ulkoasu: Sinas graphic design

Yhteydenotot ja palaute:

cr@sanoma.com tai

Sanoma-konserni

PL 1229

00101 Helsinki

s a n o m a

get the world