

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Tuotantotalous / Kansainvälinen logistiikka

Ari Koskinen

YMPÄRISTÖRAPORTOINNIN KEHITTÄMINEN E-KAUPASSA

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Tuotantotalous

KOSKINEN, ARI

Ympäristöraportoinnin kehittäminen e-kaupassa

Insinööri

37 sivua + 6 liitesivua

Työn ohjaaja

koulutusohjelmavastaava Juhani Heikkinen

Toimeksiantaja

Papyrus Finland Oy,
talousjohtaja Perttu Levijärvi

Maaliskuu 2012

Avainsanat

ympäristö, e-kauppa, raportointi, toiminnanohjausjärjestelmä, kehitys, ympäristömerkintä

Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin ympäristöraportoinnin kehitystä yrityksen kehysryhmille ja asiakkaille. Opinnäytetyö tehtiin kohdeyritys Papyrus Finland Oy:lle. Papyrus Finland Oy on osa 22 maassa toimivaa Papyrus Group -konsernia, joka on yksi johtavista graafisen alan ja paperiliiketoiminnan tukkureista Euroopassa. Työn tavoitteena oli ohjata tilaajia ympäristöystävällisesti kestävämpiin valintoihin, sillä Papyrus Finland Oy ja asiakasyritykset pyrkivät aktiivisesti tähän omalla esimerkillään.

Ympäristönsuojeluun ja kestäväan kehitykseen ohjaavan toiminnan merkitys kasvaa jatkuvasti nyky-yhteiskunnassa. Tekemiemme valintojen ympäristövaikutusten arvioimiseen ja esilletuontiin on olemassa monenlaisia tapoja sekä järjestelmiä. Näiden järjestelmien avulla pyritään ohjamaan kuluttajien, yritysten ja julkisten toimijoiden käyttäytymistä, tekemään kestäväan kehityksen mukaisia ratkaisuja ja päätyään ympäristöä vähiten kuormittavaan vaihtoehtoon.

Käyttötarvikkeet ovat Papyrus Finlandille uusi liiketoiminta-alue ja ympäristöasioiden laadukas hoitaminen myös tällä alalla on yrityksen intresseissä. Kehitystyössä käsiteltiin käyttötarvikeliiketoiminnassa myytäviä tuotteita ja niiden raportointia kaikille sidosryhmille. Pääaiheet työssä olivat raportointiohjelman kehitys ja tuotteiden päivitys toiminnanohjausjärjestelmässä, sekä e-kaupassa olevan ympäristöystävällisen tuotevalikoiman tuotteiden esillepanon parannus. Työssä myös kehitettiin osaa e-kaupan tavallisen tuotevalikoiman tuotetietoja tilaajien ostotapahtuman parantamiseksi.

Asiakasvaade ympäristöraportoinnin kehittämiseksi täytettiin. Ostotapahtuma saatiin asiakkaalle helpommaksi esillepanon parannuttua. Kehitystyöstä tulleiden parannusten avulla ympäristöystävällisten valintojen tekemistä saatiin helpommaksi, ja Papyrus Finland Oy voi raportoida sidosryhmille ohjauksen vaikutuksista tilaajien ostovalintoihin.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Industrial Management

KOSKINEN, ARI

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

March 2012

Keywords

Development of Environmental Reporting in E-Commerce

37 pages + 6 pages of appendices

Juhani Heikkinen, Senior Lecturer

Papyrus Finland Oy, Perttu Levijärvi, Financial Director

Environment, e-shop, reporting, enterprise resource planning, development, eco-label

The case of this thesis is about the development of environmental reporting to company's stakeholders and customers. This thesis was made for Papyrus Finland Ltd. Papyrus Finland which is part of Papyrus Group that operates in 22 countries. Papyrus is one of the leading distributors of graphic industry and paper business in Europe. The main purpose and goal of this development project was to lead customers towards environmentally sustainable choices because Papyrus Finland and its client companies are actively trying to achieve this goal with their own example.

The importance of environmental and sustainability issues is growing in customer decision making processes. There is a wide range of alternative ways and systems to assess and acknowledge the environmental impacts of one's actions. These systems aim at guiding people, businesses and the public sector to choose the most environmentally friendly options and to select the solutions that follow the principles of sustainable development.

Supplies are a new business area for Papyrus Finland and good quality management of environmental issues is in the company's best interest also in this business area. The development project dealt with products sold in supply business area and the reporting to all stakeholders in that business area. The main objectives were upgrading the reporting software and to make product information updates for environmentally friendly product line in E-shop and SAP-master data.

Due to the project, purchasing needs less effort because of the improvements made to user interface in E-shop. With the development made, the choice to take environmentally friendlier options is now easier. Environmental reporting to Papyrus stakeholders has improved substantially. Reports of how the guidance affects buyers purchasing choices can now be provided.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
1.1	Toimintaympäristön esittely	6
1.2	Ympäristöraportoinnin kehittäminen e-kaupassa	8
1.3	Työssä käytetyt käsitteet	9
2	TAUSTATIEDOT YMPÄRISTÖNSUOJELUN MERKITYKSESTÄ	10
2.1	Ympäristönsuojelun periaatteita	10
2.2	Tuottajavastuu ympäristöstä	11
2.3	Asiakkuus ja arvomaailma	12
2.4	Kilpailutilanne	13
2.5	Ympäristö- ja työturvallisuus	14
3	YMPÄRISTÖMERKIT	14
3.1	Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki	16
3.2	Euroopan ympäristömerkki eli EU-kukka	16
4	KUVAUS OSTOPROSESSISTA	17
4.1	Asiakkaan ostopäätökseen vaikuttavat tekijät	17
4.2	Ympäristömerkin lisääminen	18
5	RESURSOINTI	18
5.1	Business Warehouse - EU-kukan lisäys tunnuksiksi	19
5.2	Group IT- Muutospyyntö (MP), hyväksyntä ja resursointi	19
5.3	Paikallinen resursointi: osto-osasto, myynti-osasto	19
6	PROJEKTIKUVAUS	20
6.1	Tuotevalikoiman jaottelu toimittajittain	20
6.2	Valikoimassa olevien ympäristömerkittyjen tuotteiden listaus	22
6.3	SAP-tuotetietojen päivittäminen	22
6.4	RevPeCC tuotetietojen päivitys	23

6.5 Aikataulu	25
7 LOPPUTULOS	26
7.1 Huomiot ja saavutukset matkan varrelta	26
7.2 Business Warehouse projektin jälkeen	26
7.3 Ympäristöraportit	27
8 YHTEENVETO JA JATKOTOIMENPITEET	35
LÄHTEET	38
LIITTEET	41

Liite 1. Papyrus Finland Oy:n Käyttötarvikkeiden tuotevalikoima

1 JOHDANTO

1.1 Toimintaympäristön esittely

Papyrus Finland Oy on osa Papyrus Group -tukkuliikekonsernia, joka toimii 22 eri Euroopan maassa. Päätuoteryhmät Papyrus-konsernissa ovat erilaiset painopaperit ja pakkausmateriaalit. Papyrus Finland on maamme johtava graafinen paperitukkuliike. Vuonna 2009 Suomen liiketoiminta on laajentunut siivous-, kiinteistö- ja terveydenhuoltoalan käyttötarvikkeisiin. Yrityksen liikevaihto on noin 58 miljoonaa EUR, ja se työllistää noin 60 henkeä. Yrityksen historia alkaa jo vuodesta 1888, joten sillä on 123 vuoden pitkä historia ja kokemus tukkurin roolista useiden omistuksien kautta. Viimeisin omistajuusmuutos oli huhtikuussa 2008, kun Stora Enso Oyj myi osakekannan ruotsalaiselle rahastoyhtiö Altorille. Nykyinen Suomen pääkonttori sijaitsee Vantaan Varistossa. (Papyrus-yleisesittely 2012)

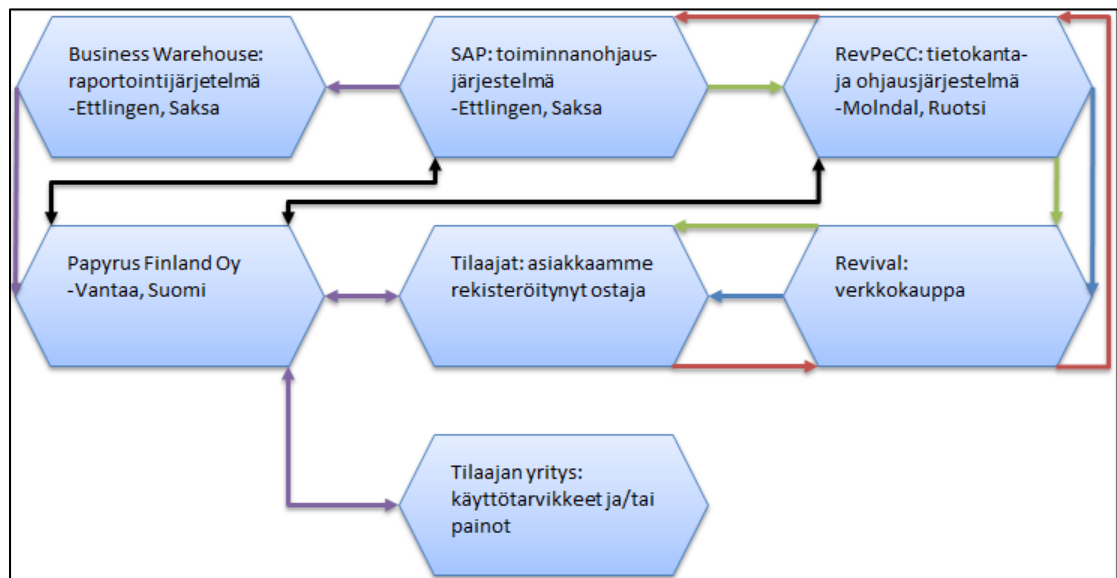
Revival on Papyruksen selainpohjainen kauppapaikka, joka on ehtinyt kolmanteen versioonsa sitten perustamisensa vuonna 2005. Uusin kehitysversio otettiin Suomessa käyttöön vuoden 2011 alussa. Uudet ostajat rekisteröityvät sivuilla ja heille annetaan osto-oikeus olemassa olevan laskutusasiakkaan nimissä tai heille perustetaan SAP:ssa uusi laskutusasiakkuus. Revivalin ominaisuuksia ovat asiakaskohtainen valikoiman määrittely, välitön pikahaku, ostoslistojen luonti, laskutushistoria, avoimien laskujen seuranta, hinnaston tulostus ja lataus. Kaupan osoite on www.papyrus.com. (Levijärvi. 2012)

Yrityksen toiminnanohjausjärjestelmä perustuu SAP-järjestelmään. Se sisältää yritystoiminnan kannalta oleelliset prosessinhallintatyökalut myynnin, varastoinnin, logistiikan, asiakastietojen, taloushallinnon ja kirjanpidon hallintaan ja tehostamiseen yhdellä sovelluksella. SAP-järjestelmä koostuu useista eri moduuleista, joista on valittu Papyrukselle tarpeelliset moduulit ja näistä räätälöity Papyruksen tarpeita varten soveltuva ratkaisu. Moduulit ovat myös täysin integroitua toisiinsa. Papyruksen SAP-järjestelmää hallinnoidaan Saksassa Etlingenissä. Järjestelmä on koko konsernin kattava. (Levijärvi. 2012)

RevPeCC eli Revised Papyrus e-services Control Center (ERP) on Revival e-kaupan toiminnanohjausjärjestelmä, jolla julkaistaan e-kaupan ympäristö, tuotteineen, mainoksineen ja yhdistetään SAP asiakastietoihin ja tuotteisiin. RevPeCC on pääasiassa

tietokantaohjelma, johon voidaan tallentaa käyttäjät, muokata asiakkaalle näkyvää valikoimaa, luoda katalogin tuotteille medioita, julkaista tiedotteita ja uutisia e-kaupassa sekä luoda linkkejä tiedostoihin ja internetsivuihin Järjestelmän asiakaskohtaisiin katalogeihin on tallennettu tuotekategoriat, joissa on tuotteet ja tuotetiedot. SAP:sta ohjelma noutaa tuotteelle myyntinimen, pakkausyksiköt, hintatiedot, varastosaldon ja suoratoimitus- tai varastotuotetiedon. Järjestelmää ylläpidetään Mölndalista, Ruotsista, jossa sijaitsevat sen palvelimet ja e-kaupan ylläpitäjillä on yhteydet ja muokkausoikeudet toimistoilta käyttösovelluksen avulla. (Levijärvi. 2012)

Business Warehouse (BW) on internet-pohjainen raportointiohjelma (ERP), joka on rakennettu SAP-toiminnanohjausjärjestelmän päälle. BW:lla voidaan muodostaa erittäin yksityiskohtaisia tietoja ja raportteja talon sisäisiä toimintoja varten sekä asiakkaille voidaan valmistella laajoja raportteja heidän haluamallaan tavalla. BW:tä hallinnoidaan myös Saksasta käsin. Tein Papyruksen tilausjärjestelmän toiminnasta kaavion (kuva 1) asiakkaan ja Papyruksen tiedonkulun näkökulmasta.



Kuva 1: Prosessikaavio Papyruksen e-kaupan tilausjärjestelmästä

Opinnäytetyössä on käsitelty salassa pidettävää tietoa, jota ei julkaista työn julkisessa versiossa. Tilastoissa ja taulukoissa rahamääräiset luvut on muutettu prosenttiosuudeksi, tai laskennassa on käytetty kappalemääriä. Papyruksen asiakasyrityksiä ja toimitusasiakkaita ei mainita nimeltä. Oma asemani Papyruksessa on Avainasiakasvastaava. Hallinnoin e-kaupan tilausvirtaa, ylläpidän e-kauppaa, toimin asiakaspalvelussa ja olen yhteyshenkilö eri kehysryhmien välillä. Tahdon kiittää Papyruksen talousjohtaja Perttu Levijärveä insinööriyön tarjoamisesta ja työn ohjaamisesta. Papyruksen Ostaja

Jonne Kanervolle kiitokset kaikista auttavista kommenteista, ideoista ja avustamisesta tuotteiden päivitystyössä. Papyruksen muuta henkilökuntaa haluan kiittää työn aikana antamastanne tuesta ja palautteesta.

1.2 Ympäristöraportoinnin kehittäminen e-kaupassa

Papyrus sai asiakasyrityksestään pyynnön listata valikoimassa olevat ympäristömerkityt tuotteet ja tehdä heille raportit, joista selviää, kuinka paljon he ovat ostaneet näitä ympäristömerkittyjä tuotteita Papyrukselta viimeisen vuoden aikana. Raportoinnissa tulee myös olla saatavilla näiden tuotteiden osuus valikoiman kokonaisu-myynnistä. Samalla sovittiin, että tuotteiden esillepanoa e-kaupassa parannetaan ja yhtenäistetään.

Kohdeyrityksen edustajan kanssa olimme aikaisemmin jo kehitelleet sopivaa aihetta insinööriyön aiheeksi. Tästä pyynnöstä sitten kehittyi ajatus ympäristöraportoinnin merkityksen laajemmasta tarkastelusta, ja siten tämä kehityskohde valikoitui insinööriyön aiheeksi.

Asiakasyritykset tarvitsevat raportit ympäristöystävällisten tuotteiden osuudesta tuotevalikoimassa ja heidän ympäristöystävällisten tuotteiden kulutuslukemat markkinointiansa, ympäristöraportointiansa sekä mahdollisten sertifiointien hakemuksia varten. Täten tilausjärjestelmän kokonaisuutta tulee kehittää projektissa niin, että asiakasyrityksille voidaan BW:sta ajaa raportteja ympäristömerkittyjen tuotteiden käytöstä ja lisätä kaikkiin valikoimassa oleviin tuotteisiin mahdolliset ympäristömerkinnät.

Kehitysprojektin tulee myös palvella Papyruksen liiketoimintojen kehitystä. Papyruksen omaan käyttöön tulee saada tietoa ympäristömerkittyjen tuotteiden merkityksestä tuotevalikoimassa. Tätä tietoa voidaan sitten käyttää uusasiakashankinnan markkinoinnissa sekä julkisen puolen tarjouskilpailuissa tarpeen mukaan.

Tutkiessani ja etsiessäni tarvittavia kehityskohteita sain selville, että Papyruksen raportointijärjestelmästä puuttuivat ympäristömerkit hakukriteereinä ja SAP:ssa tuotteiden tietoihin ei ollut lisätty mahdollisia ympäristömerkintöjä. Projektin kehityskohteiksi muodostuikin tuotetietojen päivittäminen SAP:ssa, ympäristömerkintöjen lisääminen muuttujiksi raportointijärjestelmään, sekä ympäristömerkintöjen lisääminen e-kaupan tuotekuvauksiin, artikkelien tuotetietojen päivittäminen ja esillepanon harmonisointi.

1.3 Työssä käytetyt käsitteet

Paras käyttökelpoinen tekniikka: Parhaalla käyttökelpoisella tekniikalla tarkoitetaan mahdollisimman tehokkaita ja kehittyneitä, teknisesti ja taloudellisesti toteuttamiskelpoisia puhdistusmenetelmiä ja toiminnan suunnittelu-, rakentamis-, ylläpito- sekä käyttötapoja, joilla voidaan ehkäistä toiminnan aiheuttama ympäristön pilaantuminen tai tehokkaimmin vähentää sitä. (Paras käyttökelpoinen tekniikka.)

Tuottajavastuu: Tuottajan vastuu tarkoittaa sitä, että tuotteen tai palvelun tuottaja on velvollinen omalla kustannuksellaan vastamaan käytöstä poistettujen materiaalien talteenotosta ja hyödyntämisestä. (Tuottajavastuu jätehuollossa.)

Ympäristöjärjestelmä: Ympäristöjärjestelmän eli ympäristöasioiden hallintajärjestelmän tarkoituksena on auttaa organisaatiota luomaan ympäristöpolitiikka ja tunnistamaan toimintaansa liittyvät ympäristönäkökulmat sekä vähentämään haitallisia ympäristövaikutuksia. Toimiva ympäristöjärjestelmä auttaa tunnistamaan ja vähentämään haitallisia ympäristövaikutuksia sekä säästämään kustannuksia. Tunnetuimmat välineet ovat ISO 14001-standardi sekä EMAS-asetus. (Ympäristöjärjestelmät ja -johtaminen 2011.)

Ympäristölaskentatoimi: Ympäristölaskentatoimen avulla identifioidaan, kerätään ja analysoidaan ympäristöinformaatiota yrityksen sisäisiin tarkoituksiin, raportointiin pyritään saamaan ympäristövaikutukset näkyviin organisaation taloudellisessa tilinpäätöksessä ja sitä kautta päätöksenteossa. (Mätäsaho, Niskala 1997.)

Teollinen ekologia: Teollinen ekologia on fyysisten materiaali- ja energiavirtojen tutkimusta ja käytäntöä ympäristönsuojelun ja kestävän kehityksen tueksi. Teollisen ekologian tavoitteena on materiaalien kiertojen sulkeminen, jotta eri tuotantovaiheiden jätteet ja hukkatuotteet voidaan käyttää muiden tuotteiden valmistuksessa. (Korhonen, Seppälä, Pihlatie 2008.)

Ympäristömerkki: Ympäristömerkkien tarkoitus on osoittaa, mitkä tuotteet tai palvelut kuormittavat ympäristöä vähemmän kuin muut vastaavat tuotteet tai palvelut. Näitä ovat muun muassa Pohjoismainen ympäristömerkki ja EU- kukkamerkki. (Ympäristömerkki 2012.)

Elinkaari: Elinkaarella tarkoitetaan tuotteen tai palvelun suunnitteluun, tuotantoon, käyttöön ja käytöstä poistamiseen liittyviä vaiheita. Tuotteen tai palvelun elinkaarta voidaan arvioida kaupallisista, teknisistä, käytettävyyden tai ympäristövaikutusten osalta, näkökulmasta riippuen. (Elinkaari 2011.)

Ympäristöraportointi: Ympäristöraportointi on väline viestiä organisaation ympäristöasioista sidosryhmille. Sillä välitetään informaatiota yrityksen ympäristöjohtamisen tasosta sekä ympäristökysymysten hallinnasta. Ympäristöraportointi on ympäristöhallintajärjestelmien jatke. (Liesimaa 2000.)

2 TAUSTATIEDOT YMPÄRISTÖNSUOJELUN MERKITYKSESTÄ

2.1 Ympäristönsuojelun periaatteita

Hakalan ja Välimäen (2003, 225–227) mukaan ympäristönsuojelussa on monia ulottuvuuksia. Me kaikki vaikutamme valinnoillamme ympäristöongelmien syntyyn ja samalla vaikutamme ympäristöä sekä suojeleviin että ympäristöä kuormittaviin toimijoihin. Näihin kaikkiin osallisiin puolestaan julkinen valta pyrkii vaikuttamaan ohjaimalla tekemään valintoja, jotka suojelevat ympäristöä. Ympäristöongelmien ratkaiseminen onkin vaikea tehtävä, ja useammin joudutaan tyytymään haittojen lieventämiseen kuin ongelman kokonaan poistamiseen, koska kaikkien osapuolten intressien toteutuminen on usein mahdotonta.

Ongelman rakentumisen moniin eri kohtiin voidaan vaikuttaa. Yksinkertaisin tapa vaikuttaa on lopettaa ongelmia aiheuttava toiminta, mutta vaatii todella kovia perusteita, jotta tätä tapaa voidaan käyttää. Esimerkkejä tästä tavasta on tietyn aineen käytön lopettaminen tai jonkin toimintatavan kieltäminen. Ympäristölle haitallisen toiminnan vähentäminen on yleisempi tapa, etenkin silloin kun siitä tulee muutakin hyötyä kuin pelkkä ympäristönsuojeluhyöty. Esimerkkejä tästä ovat torjunta-aineiden vähentäminen, uudet energianlähteet ja prosessin tekniset parannukset, joissa voidaan saada myös rahallista hyötyä. (Hakala, Välimäki 2003, 225–227.)

Ongelmien ratkaisut tuottavat hyötyjä sekä samalla uusia ongelmia. Kun jokin aine esimerkiksi kerätään savukaasuista tai jätevedestä, sille niin tulee keksiä jokin käyttötarkoitus tai sitten tapa, jolla tämän tehdyn ratkaisun aiheuttamat sivuvaikutukset eivät kasva pitkällä aikavälillä alun perin saatuja hyötyjä suuremmiksi. Tämän vuoksi ym-

päristöongelmaan tehtävien toimenpiteiden aikaansaaman kokonaisvaikutuksen kar-toittaminen on erittäin tärkeää. Jos suojelusta aiheutuu merkittävää taloudellista va-hinkoa jollekin osapuolelle, menetystä voidaan mahdollisesti korvata rahallisesti, esi-merkiksi investointiavustuksilla tai matalilla lainan korkoehdoilla. (Hakala, Välimäki 2003, 225–227.)

Ympäristöongelmia voidaan hallita ihmisten ajattelua muuttamalla. Kertomalla totuu-denmukaista tietoa ja suhteuttamalla riskejä voidaan vääristynyttä käsitystä korjata ja poistaa suhteettomia pelkoja. Kuten ongelmien vakavuudesta kiistely tai niiden ole-massaolon kokonaan kieltäminen, myös ongelmien tarkoitusperäinen vähättely vaike-uttaa todellisen tiedon tulkitsemista ja esilletuontia jossain tapauksissa. Saatavilla ole-vat tiedot, olkoot ne sitten todellisia tai vääristyneitä, muodostavat ihmisille arvoja, jotka voivat muuttaa ympäristövaikutukset ympäristöongelmiksi. Tämän vuoksi rat-kaisujen löytäminen vaikeaselkoiisiin ja moniulotteisiin ympäristöasioihin onkin haas-tavaa. Yhteiskunnan määrittelemät arvot luovat ne lähtökohdat, jotka määräävät, mi-hin asioihin halutaan puuttua tai jätetään puuttumatta. Tämä ympäristöasioiden toi-mintaympäristö määrittyy osin satunnaisesti ja hallitsemattomasti trendien ja uusien tietojen perusteella ja osin poliittisella ohjauksella. (Hakala, Välimäki 2003, 225–227.)

2.2 Tuottajavastuu ympäristöstä

Lainsäädäntö määrää ympäristönsuojelun vähimmäisvaatimukset, mutta monet yrityk-set pyrkivät järjestelmällisesti toimimaan vähimmäisvaatimuksia paremmin. Tähän ohjaavat monet syyt: ympäristönsuojelu koetaan tärkeäksi, se lisää organisaation mo-tivaatiota tai sillä pyritään vaikuttamaan muiden mielipiteisiin. Yhtä tärkeitä syitä ovat kasvava kysyntä ympäristöystävällisiä tuotteita kohtaan ja erilaisilla ympäristöohjel-milla (ISO 14001, EMAS) saavutettu rahan säästö. Samalla ympäristökysymysten huomioiminen vähentää ympäristövaikutuksia aiheuttavien onnettomuuksien riskiä. Myös julkiset organisaatiot tarkistavat kuormittavia toimintatapojaan ja laativat omia ympäristöohjelmiaan. (Pietikäinen 2008, 233.)

Tuotteen elinkaaren aikana syntyvien kokonaisvaikutusten tarkastelu on laajenemassa yritysten lähtökohdaksi pelkän valmistuksen aikana syntyvien ympäristövaikutusten tarkastelun tilalle. Tästä hyvänä esimerkkinä on jätelaki, joka ohjaa yrityksiä vähen-tämään jätteiden määrää koko toiminnassaan. Näistä tuotteen elinkaaren aikana synty-

vistä ympäristövaikutuksista saadaan tietoa elinkaarianalyysin avulla. Elinkaarianalyysin ja ympäristölaskentatoimen avulla saadaan tietoa käytettäväksi ympäristöraportointiin. (Hakala, Välimäki 2003, 351.)

2.3 Asiakkuus ja arvomaailma

Yrityksen näkökulmasta ympäristönsuojelu ja ympäristöystävällisten tuotteiden käyttäminen on tärkeä kilpailu- ja imagotekijä. Papyruksen asiakkaiden markkinointiin kuuluu ympäristön huomioiminen, ja tämän vuoksi he haluavat tuoda tekemissään ostoissa esille, että heidän käyttämässään tuotteissa on tarjolla ympäristöystävällisiä vaihtoehtoja ja tilaajia tai ostajia kannustetaan valitsemaan ympäristöystävällinen tuote.

Kun tilaajalla on vaihtoehtona kaksi toimintatavoiltaan samankaltaista tuotetta, tilaajan ostokäyttäytymiseen voidaan ratkaisevasti vaikuttaa tuomalla aktiivisesti esille tuotteen ympäristöystävällisyys. Tällöin ympäristöystävällisempi tuote päätyy useammin asiakkaan ostoskoriin, sillä Papyruksen asiakkaat suosittelevat ympäristöystävällisiä tuotteita käytettäväksi, kun heidän kohteidensa tilaajat valitsevat käytettävää tuotekategoriaa.

Käyttötarvikevalikoiman useat tuotteet ovat erilaisia pesunesteitä ja muita kemikaaleja. Näissä kategorioissa tuotteiden innovaatiot tuovat markkinoille kaiken aikaa uusia tuotteita, joilla on vähemmän ympäristövaikutuksia. Tilaajien ja loppukäyttäjien arvomaailmassa ympäristövaikutusten arviointi on kasvanut, sillä vaikka nämä innovaatiot eivät toisikaan suoraa lisäarvoa käyttäjälle, ympäristöystävällisempien tuotteiden kulutus jatkaa kasvua.

Niin yritysten kuin loppukäyttäjienkin arvomaailmassa on siis tapahtunut muutos parempaan. Yritysten ympäristöasioiden vähättely ja ympäristöstä piittaamattomuus on vähentynyt viimeisten vuosikymmenten aikana merkittävästi. Mikäli nykyään jokin toimija ei ottaisi toiminnastaan aiheutuvia ympäristövaikutuksia tosissaan, sen toimintaa paheksuttaisiin vahvasti ja näkyvästi ja se huonontaisi yrityksen imagoa.

2.4 Kilpailutilanne

Ympäristömerkittyjä tuotteita suosimalla yritys tiedottaa asiakkailleen, että heidän toimintansa tavoitteena on talouden ja ympäristön kannalta kestävä kehitys ja he pyrkivät toiminnassaan yhteiskunta- ja ympäristövastuullisuuteen. Tämä voidaan tuoda julki asettamalla tavoitteita omalle toiminnalle, esimerkiksi määrittelemällä tavoite ympäristömerkittyjen tuotteiden osuudelle ostetuista tuotteista. Juuri tästä osuudesta monet toimituskohteiden yritykset ovat halunneet saada raportteja Papyrukselta, jotta he voivat tarkistaa, miten tässä tavoitteessa on todellisuudessa onnistuttu ja mitä voidaan tehdä asian parantamiseksi.

Julkisen sektorin kilpailuttamisessa ympäristöystävällisten tuotteiden käyttöä tulee suosia, sillä julkisen sektorin toiminta on esimerkkinä yksityisille toimijoille ja kuluttajille. Ympäristöperusteille annetaan merkittävä painoarvo, kun julkinen sektori tekee hankintaprosessin ja sen perusteella hakee hankintasopimusta. Papyrus ei Suomessa toimi julkisen sektorin puolella tavarantoimittajana käyttötarvikkeissa. Jos Papyrus haluaisi lähteä jatkossa tekemään tarjouksen julkisen puolen tarjouspyyntöön, tästä kehitystyöstä saatava raportointimahdollisuus parantaa yrityksen vastauksen asemaa hankinnan kilpailutusprosessissa.

Julkisissa hankinnoissa noudatettavat säännökset on kirjattu laissa julkisista hankinnoista (348/2007). Sen mukaan (2 §) *Hankintayksiköiden on pyrittävä järjestämään hankintatoimintansa siten, että hankintoja voidaan toteuttaa mahdollisimman taloudellisesti ja suunnitelmallisesti sekä mahdollisimman tarkoituksenmukaisina kokonaisuuksina ympäristönäkökohdat huomioon ottaen.* Tarjouksen valinnassa (62 §) hankintayksikön on hyväksyttävä hinnaltaan halvin tai kokonaistaloudellisesti edullisin tarjous kohteen valintaperusteiden mukaisesti. Kokonaistaloudellisesti edullisimman tarjouksen vertailuperusteena voidaan käyttää ympäristöystävällisyyttä. Kokonaistaloudellista hintaa arvioitaessa perusteiden tulee olla mitattavissa ja liittyä kohteeseen. Tämän kehitystyön jälkeen pystytään ilmoittamaan tuotteiden ympäristötiedot, jos Papyrus osallistuisi julkiseen hankintaprosessiin.

Tästä on myös olemassa Valtioneuvoston periaatepäätös kestävien valintojen edistämisestä julkisissa hankinnoissa. 8.4.2009. Periaatepäätöksen mukaan *Julkisen sektorin tulee pienentää hankintojensa ilmastovaikutusta, jätemääräänsä ja ympäristön kemialisoitumista sekä edistää luonnonvarojen kestävää käyttöä ja ympäristömyötäisiä*

innovaatioita. Tavoitteena on, että vähintään 70 prosentissa valtion hankinnoista otetaan ympäristönäkökulma huomioon 2010 ja kaikissa hankinnoissa 2015. Kuntien hankinnoissa vastaavat tavoitteet ovat 25 prosenttia ja 50 prosenttia.

2.5 Ympäristö- ja työturvallisuus

Ohjaamalla ostokäyttäytymistä suosimaan ympäristöystävällisiä tuotteita voidaan paremmin taata ympäristön ja työntekijän turvallisuus, kun käytössä on tuote, jonka periaate on toimia samalla tavalla kuin vertailutuote, mutta pienemmällä ympäristökuormalla. Kun loppukäyttäjä päättää valita ympäristöystävällisen vaihtoehdon tuotteen kaupassa, se voi samalla ohjata ja kehittää loppukäyttäjien työskentelytapoja ympäristö- ja luonnonsuojelumuotoisemmaksi. Ympäristön kannalta tämä loppukäyttäjän ajattelutavan muutos näkyy siivousaineiden yliannostelun vähentymisenä, tehokkaampien puhdistusmenetelmien valintana sekä ohjauksena muille tilaajille kohti ympäristöystävällisiä valintoja.

Mitä enemmän ympäristöystävällisiä tuotteita tilaajat ostavat ja vaativat, sitä halukkaampia tuotteiden valmistajat ovat kehittämään tuotteitaan ympäristöystävälliseen suuntaan ja toimimaan ympäristön hyväksi. Monesti saman tuoteryhmän tuotteet ovat eri toimittajilla hyvin samanlaisia, ja erottuakseen tästä massasta niiden on kehitettävä tuotteitaan muita mielenkiintoisemmiksi. Tilanteessa jossa tuotteet ovat hyvin samanlaisia, ympäristöinnovaatioita ja parannuksia käytetään entistä enemmän tuotedifferentioinnissa. Muuttuneen arvomaailman ja differentioimisen yhdistelmä luo useasti tuotteelle lisäarvoa ja kannustaa täten yrityksiä kehittämään ympäristölle ja käyttäjälle turvallisempia tuotteita. Kaikenlaisessa kehitystyössä myös valmistusmenetelmiä ja tuotetta parannetaan samanaikaisesti, niin että rahaa, vettä, energiaa saadaan säästettyä ja jätteen määrää sekä hiilidioksidipäästöjä saadaan pienennettyä koko tuotteen elinkaaren aikana. Täten ympäristölle ja käyttäjälle turvallisia tuotteita suosimalla vähennetään tuotteiden koko elinkaaren ympäristövaikutuksia.

3 YMPÄRISTÖMERKIT

Ympäristöystävällisille tuotteille myönnettävien ympäristömerkkien tarkoitus on ohjata käyttäjien osto- ja kulutustottumuksia ympäristöystävällisempien tuotteiden suuntaan. Ympäristömerkinnän tavoitteena on lisätä puolueetonta tietoa tuotteiden ympäristövaikutuksista. Ympäristömerkeillä yritykset voivat viestiä tuotteiden käyttäjille

kilpailukyvystään ympäristöasioissa ja omasta ympäristövaikutusten huomioimisesta käyttämällä ympäristömerkittyjä tuotteita tehdessään hankintojaan. Vaatimustasot merkkien myöntämiselle on asetettu niin, että ainoastaan tuoteryhmänsä parhaimmat tuotteet ja palvelut voivat läpäistä ne. (Ympäristömerkki 2012.)

Ympäristömerkinnällä on symboliarvo, jolla on kuluttajalle merkitystä. Sillä on myös kaksoisrooli, sillä samalla se sekä edistää tuotteiden innovaatiota että niiden toteutumista. Markkinointityökaluna ympäristömerkillä pyritään edistämään niiden innovaatioiden näkyvyyttä, joilla on todellista merkitystä ympäristölle, sillä merkin tarjoaman markkinaedun ansiosta näiden tuotteiden kehittäminen saadaan valmistajille houkuttelevaksi. (Ympäristömerkki 2012.)

Papuruksen käyttötarvikkeiden markkinoilla olevissa tuotteissa käytetään kahta samankaltaista virallista ympäristömerkkiä, Joutsenmerkkiä ja EU-kukkamerkkiä. Joutsenmerkin asema Suomessa on vahva, sillä pohjoismaat ovat olleet aktiivisia toimijoita ympäristömerkintäasioissa. EU-kukkamerkin asema kuitenkin vahvistuu niin meillä kuin muuallakin Euroopassa. Näiden kahden lisäksi on olemassa laaja joukko merkkejä eri markkinoille, kuten Energiamerkki, Luomu -valvottua tuotantoa – merkki, EU:n luomumerkki, Demeter-tuotemerkki, Suomen luonnonsuojeluliiton Norppaenergiamerkki ja Reilun kaupan merkki. Markkinoilla on näiden lisäksi kirjava joukko muitakin merkkejä, mutta näiden lähestymistapa ympäristövaikutuksien arviointiin ei taatavasti ole niin luotettava kuin virallisten ympäristömerkintöjen. (Ympäristömerkki 2012.)

Valikoiman tuotteista ympäristömerkintöjen kriteerit on olemassa tuoteryhmille: pehmapaperit, siivoustekstiilit, puhdistusaineet, lattianhoitoaineet, pyykinpesuaineet, astianpesuaineet, henkilökohtainen hygienia, suurkeittiöhygienia. Ympäristömerkkejä valvovat toimielimet yhdessä tavarantoimittajien kanssa kehrittelevät jatkuvasti uusille tuoteryhmille ympäristömerkkien kriteereitä ja arviointimenetelmiä tuotteen elinkaaren aikana syntyvien ympäristövaikutusten arvioimiseksi. Näiden perusteella tehdään uusille tuoteryhmille kiinnostavaksi kehittää uusia innovaatiota ja parannuksia, jotta voidaan saavuttaa määritellyt rajat ja ympäristömerkin käyttölupaa voidaan hakea. (Ympäristömerkki 2012.)



3.1 Pohjoismainen ympäristömerkki eli Joutsenmerkki

Joutsenmerkki perustettiin vuonna 1989 Pohjoismaisen ministeriöneuvoston aloitteesta. Joutsenmerkin tavoitteena on vaikuttaa myönteisesti ympäristön tilaan - visiona on kestävä kehitys, eli merkin avulla kuluttajalle annetaan mahdollisuus valita ympäristön kannalta parhaat mahdolliset tuotteet. Nykyään yli 2 000 tuotteelle ja palvelulle on myönnetty Joutsenmerkki. (Ympäristömerkki 2012.)

Joutsenmerkki on viiden pohjoismaan yhteinen virallinen ympäristömerkki. Joutsenmerkin voi saada vain tuote, joka täyttää tiukat asiantuntijoiden laatimat ympäristölaatu- ja turvallisuusvaatimukset. Vaatimukset perustuvat elinkaariajatteluun, jossa huomioidaan tuotteen raaka-aineen, valmistuksen, käytön ja lopulta hävittämisen tai uusiokäytön ympäristövaikutukset. Merkkiä myönnettäessä otetaan huomioon myös tuotteen laatu: merkintä ei saa heikentää laatu- tai toimivuustasoa. Joutsenmerkin myöntämisvaatimuksia kehitetään kolmen - viiden vuoden välein, muun muassa uuden ympäristötiedon ja tekniikan kehittyessä. (Ympäristömerkki 2012.)

Kun vaatimukset muuttuvat, niin jo merkittyjenkin tuotteiden on kehityttävä vastaamaan uusia kriteereitä ja haettava merkkiä uudelleen. Kriteerit ovat jo olemassa noin 70 eri tuoteryhmälle ja palvelulle. Merkin käyttöoikeus on määräaikainen ja ainoastaan ne tuotteet, jotka täyttävät Joutsenmerkin vaatimukset, saavat käyttää Joutsenmerkkiä. Kriteerien taso on asetettu siten, että ainoastaan 20–30 % tuoteryhmän tuotteista pystyy ne läpäisemään. Suomessa merkin käytöstä vastaava puolueeton ja voittoa tavoittelematon toimielin on Ympäristömerkintä Motiva Services Oy:stä. (Ympäristömerkki 2012)



3.2 Euroopan ympäristömerkki eli EU-kukka

Merkki luotiin vuonna 1992, ja nykyään jo yli tuhannelle yritykselle ja tuhansille tuotteille on myönnetty Euroopan ympäristömerkki noin 30 eri tuoteryhmässä. Myös tämän merkin tarkoitus on puolueettomasti ja luotettavasti kertoa kuluttajalle tuotteen olevan ympäristön kannalta parempi kuin kilpailijansa. Merkillä siis ohjataan kulutta-

jia tekemään ympäristön kannalta vastuullisia ostopäätöksiä ja täten kuormittamaan vähemmän ympäristöä.

Euroopan ympäristömerkki on Euroopan unionin yhteinen ympäristömerkki, ja se asettaa tuotteille samat vaatimukset kuin Joutsenmerkki. Euroopan ympäristömerkki voidaan myöntää sellaiselle tuotteelle, joka täyttää tiukat ympäristö- turvallisuus- ja laatuvaatimukset koko elinkaarensa ajan. Taso on asetettu sellaiseksi, että noin 10–20 % tietyn tuoteryhmän tuotteista voi saada kyseisen merkinnän. Myös tämä merkki myönnetään määräajaksi ja sen myöntämisperusteita myös tiukennetaan koko ajan. (Ympäristömerkki 2012.)

Merkki tunnustetaan EU:n lisäksi Norjassa, Liechtensteinissa ja Islannissa. Jokaisessa osallistuvassa maassa on toimielin, joka osallistuu vaatimusten kehittämiseen, hakemusten tarkistamiseen ja valvoo merkin käyttöä ja markkinointia, Suomessa tämä toimielin on puolueeton ja voittoa tavoittelematon Ympäristömerkintä Motiva Services Oy:stä. (Ympäristömerkki 2012)

4 KUVAUS OSTOPROSESSISTA

4.1 Asiakkaan ostopäätökseen vaikuttavat tekijät

Käyttötarvikepuolen asiakas valitsee e-kaupasta tuotteen kulloistakin työtarvettaan varten, sillä kyseessä on hänen työnantajalleen ostama tuote, jota hän käyttää työssään. Koska tuote menee pääsääntöisesti useamman henkilön käyttöön, tilaajat pyrkivät tekemään ostopäätöksensä huolella ja ilman virheitä. Tämän vuoksi tuotteiden esillepanolla ja tuotetietojen määrällä voidaan merkittävästi vaikuttaa tuotteiden ostopäätöksiin.

Jos tilaaja ei ole aikaisemmin tilannut kyseiseen tarpeeseen sopivaa tuotetta, hän valitsee Revival e-kaupasta hänelle mahdollisesti sopivat vaihtoehdot kyseistä tarvetta varten. Näiden vaihtoehtojen ominaisuudet listaamalla ja vertaamalla niitä keskenään hän voi pienentää vaihtoehtojen määrää karsimalla pois kyseiseen tarpeeseen sopimattomat tuotteet. Muutaman jäljellä olevan vaihtoehtoisen tuotteen käyttöominaisuudet ovat usein hyvin samanlaisia, joten erottavaksi tekijäksi jää tässä vaiheessa usein ainostaan hinta ja monesti tilaaja valitsee kohteen budjettiin soveltuvan tuotteen, eli edullisemman.

Mikäli tarvittava tuote on asiakkaalle tuttu, hän harvoin tutkii muita vaihtoehtoja, kun on löytänyt mieleisensä tuotteen. Hänen valintaansa ohjaavat tässä tapauksessa entiset käyttökokemukset, ja silloin ostokäyttäytymiseen on vaikea vaikuttaa, koska hän ei edes useimmin tarkista muiden vaihtoehtojen ominaisuuksia. Näihin tilaajiin pyritään vaikuttamaan tiedotteilla uusista tuotteista ja tuotteiden ominaisuuksien muutoksista. Uutiset tapahtuneista ja tulevista muutoksista julkaistaan Revivalin etusivulla kerran kuukaudessa

4.2 Ympäristömerkin lisääminen

Ympäristömerkittyjen tuotteiden esillepano ja markkinointi e-kaupan tuotekatalogissa pyrkii vaikuttamaan ostoprosessin siihen kohtaan, jossa tilaaja on valinnut vaihtoehtonsa, todennut että halutut ominaisuudet täyttyvät, hänellä on muutama tuote jäljellä ja jokin näistä tuotteista olisi ympäristömerkitty tuote. Täten saadaan tilaajalle hinnan lisäksi ympäristönäkökulma ostopäätöksen vaikuttimeksi.

Ympäristönäkökulma on Papyruksen asiakasyrityksille tärkeä toimintaa ohjaava tekijä, joten tilaajan toivotaan suosivan ympäristömerkittyä tuotetta. Asiakkaiden siivouskohteet ovat myös useimmiten ympäristönäkökulmat huomioon ottavia yrityksiä ja julkisen hallinnon alaisia kohteita, joten myös tämä siivouskohteen toivomus vaikuttaa tilaajan ostopäätöksiin, kun ympäristömerkittyjä tuotteita on saatavilla ja tieto ympäristömerkistä on esillä ostopäätöstä tehdessä.

Ympäristömerkittyjen tuotteiden esilletuonti kasvattaa mahdollisuutta, että myös tuttua ei-ympäristöystävällistä tuotetta käyttävä tilaaja voi harkita tuotteen vaihtamista vastaavaan ympäristöystävälliseen, jos sen ominaisuudet eivät eroa paljolti totutusta tuotteesta. Julkaisemalla tiedote tuotekatalogin päivityksestä Revivalin uutisissa, voidaan vaikuttaa tähän tilaajaryhmään ja saada heidät vertailemaan nykyisin käyttämiään tuotteita ympäristöystävällisempiin.

5 RESURSOINTI

Kehitysprojektin työvaiheiden tekoon sain talon sisäisesti resursoida tarpeen mukaan 2–3 henkilöä avustamaan työn etenemisessä, jos olisin sen nähnyt tarpeelliseksi. Talon ulkopuolista työvoimaa varten sain hakea muutospyyntöä Papyrus-konsernin yhteisel-

tä IT-kehitysorganisaatiolta. Papyrus-konsernin ulkopuolista työvoimaa ei tähän kehitystyöhön saanut käyttää.

5.1 Business Warehouse - EU-kukan lisäys tunnukseksi

Kun tuli ajankohtaiseksi lähettää muutospyyntö Papyruksen IT-organisaatiolle, niin huomattiin, että asia oli ajankohtainen myös muissa konsernin tytäryhtiöissä. BW:n raportointivalikoimaan IT lisäsin EU-kukka tämän kehitysprojektin aikana ennen projektin muiden osien valmistumista.

5.2 Group IT- Muutospyyntö (MP), hyväksyntä ja resursointi

Alkuperäinen suunnitelma muutospyyntöön lähettämisestä muuttui, sillä konsernin sisällä oli vastaavansisältöinen muutospyyntö meneillään, joten osallistuin tämän käsittelyssä olevan muutoksen määrittämiseen ja täydentämiseen. MP itsessään sisältää muutoskohteen määrittelyn ja yksityiskohtaisen kuvauksen toivotusta muutoksesta sekä selvityksen muutoksen tarpeellisuudesta ja toivotuista hyödyistä yrityksen liiketoiminnassa. MP:n toteuttamiskelpoisuus ja työn aikataulu arvioidaan IT-organisaatiossa, ja Papyruksen johtoryhmän jäsen joko hyväksyy tai hylkää ehdotuksen saatujen tietojen perusteella. Näitä vertailtavia tietoja ovat työn vaatimat resurssit (työtunnit), työn merkitys Papyrukselle ja projektista saatava hyöty.

5.3 Paikallinen resursointi: osto-osasto, myynti-osasto

Minä vastasin yhteydenpidosta projektin alkuun saaneen asiakkaan yhteyshenkilöön. Vastuualueenani oli valikoimassa olevien ympäristömerkittyjen tuotteiden tunnistaminen ja yhteydenotot tavarantoimittajiin, jos tietoa ei ollut kirjattu heidän hinnastoihinsa, kuvastoihinsa tai kotisivuilleen. Työnkuvaani kuului myös tuotetietojen päivittäminen RevPeCC:n tietopankkiin sekä SAP-tuotetietojen päivittäminen ja työn dokumentointi.

Käyttötarvikkeiden ostoista vastaava ostaja Jonne Kanervo osallistui projektissa SAP tuotetietojen päivitykseen. Hän toimi myös yhteyshenkilönä tavarantoimittajiin etsittäessäni tavarantoimittajilta tuotteita, jotka olivat ympäristömerkittyjä. Samalla Kanervo oli kanssani ideoimassa ratkaisuja projektin eri vaiheissa.

Resurssisuunnitelmassa projektin toteuttamiseen varattiin optio 2–3 muun henkilön käyttämisestä osto- ja myyntiosastolta, mutta erinäisten työkiireiden vuoksi näiden henkilöiden työpanosta ei käytetty tämän projektin aikana. Heidän tehtävänsä olisi ollut päivittää tuotteita RevPeCC:llä, kun kaikki ympäristömerkityt tuotteet olisivat olleet listattu.

6 PROJEKTIKUVAUS

Luvuissa 6.1.–6.5 on kuvattu projektityön osa-alueet ja niiden suorittamiseen liittyneet toimenpiteet. Projektin toimivuuden ja dokumentoinnin varmistamiseksi mietin useita tapoja, joilla saan kymmenien toimittajien ja yli tuhannen tuotteen valikoimasta koostettua tarpeeseeni sopivan aineiston. Projektin työvaiheen aloitinkin etsimällä ja listamalla kaikki ympäristömerkityt tuotteet valikoimasta, koska kohdeyrityksessä ei ollut aikaisemmin listattu ympäristömerkittyjä tuotteita.

6.1 Tuotevalikoiman jaottelu toimittajittain

Ympäristöystävällisiä tuotteita tarjoavat toimittajat kartoitettiin käymällä läpi Papyruksen käyttötarviketuotteiden toimittajien katalogit ja internetsivut. Merkkien käyttöä valvovan Ympäristömerkki-järjestön sivuilta etsittiin, mitkä tavarantoimittajista olivat hakeneet ympäristömerkintöjä ja kenen tuotteille on myönnetty Pohjoismainen Joutsenmerkki ja/tai EU-kukkamerkki. Tekemästäni Papyrus Finland Oy:n käyttötarvikkeiden tavarantoimittajalistasta (taulukko 1) selviää, että ainoastaan suurilla toimittajilla on mahdollisuus tai halua hakea tuotteilleen ympäristömerkintöjä. Listassa tavarantoimittajat on järjestetty Papyruksen tekemien ostojen mukaisessa suuruusjärjestyksessä, ja siihen on merkitty ympäristöystävällisiä tuotteita tarjoavat toimittajat sekä se mikä tuotekategoria kullekin on suurin.

Taulukko 1: Papyrus Finland Oy:n käyttötarvikkeiden tavarantoimittajat

Vendor number	Vendor name	ympäristömerkittyjä	Tärkein tuotekategoria
24064242	Diversey Ltd	Ympäristömerkittyjä	Siivousaineet
24064070	Metsä Tissue Oyj	Ympäristömerkittyjä	Pehmopaperit
24064068	Lapin Muovi Oy		
24064064	SCA Hygiene Products Oy	Ympäristömerkittyjä	Pehmopaperit
24064241	Georgia-Pacific Nordic Oy	Ympäristömerkittyjä	Pehmopaperit
24064028	Rekola OY		
24064055	Plastiroll Oy		
24061812	Suomen 3M Oy		
24064238	Famon Oy	Ympäristömerkittyjä	Käsineet
24065582	Nilfisk-Advance Oy AB		
24059830	Städgrossimporten i Sthlm AB		
24064086	Clean Import Oy	Ympäristömerkittyjä	Siivousvälineet
24064188	Hygi Tex Oy		
24064046	Moppi OY		
24064261	VS-Harja Oy		
24064185	Berner Oy	Ympäristömerkittyjä	Siivousaineet
24064075	Freudenberg Household		
24064258	Malkit Oy		
24064074	Huhtamäki Foodservice Finland Oy		
24064257	Suomen Sterisol Oy	Ympäristömerkittyjä	Henkilöhygieniä
24064048	Ejendals Suomi Oy		
24064236	Cederroth Oy		
24064187	KiiltoClean OY	Ympäristömerkittyjä	Siivousaineet
24064091	Etra Oy		
24064076	Ibero Liikelahjat Oy		
24064072	Siivo-Tuote Ky Maaniitty		
24064239	Farmos Oy		
24064240	Finnstaples Oy		
24064250	Primapalvelu-JT Oy		
24067601	Locon A/S		
24064054	Multiprint Oy		
24054574	Oy Ecolab Ab	Ympäristömerkittyjä	Siivousaineet
24064189	Elektroskandia Suomi Oy		
24064183	Alipa Oy		
24064208	Pamark Oy		
24064260	Unilever Finland Oy	Ympäristömerkittyjä	Henkilöhygieniä

Esillä 36 toimittajaa 60:stä, listassa esillä **kaikki** ympäristömerkittyjä toimittavat.

6.2 Valikoimassa olevien ympäristömerkittyjen tuotteiden listaus

Listattuani ympäristömerkittyjä tuotteita toimittavat tavarantoimittajat otin ne yksitellen käsittelyyn. Tässä vaiheessa käytin ympäristömerkittyjen tuotteiden identifiointiin hyväksi tavarantoimittajien tuoteluetteloita (Lähteet), joista koostin Excel-pohjaisen listauksen (Liite 1) Papyruksen valikoimassa olevista tuotteista. Lista sisältää tuotenimen, Papyruksen tuotenumeron, tavarantoimittajan tuotenumeron, tavarantoimittajan sekä merkinnän siitä, mitä ympäristömerkintöjä tuotteelle on myönnetty. Valikoimassa olevista 1 548 tuotteesta löytyi yhteensä 158 erilaista ympäristömerkittyä tuotetta, joissa 136 tuotteessa Pohjoismainen ympäristömerkintä ja/tai 38 tuotteessa EU-kukkamerkki. Yhteensä valikoiman tuotteille on myönnetty 174 ympäristömerkintää.

6.3 SAP-tuotetietojen päivittäminen

Kun tuotevalikoiman ympäristömerkityt tuotteet oli kartoitettu, vuorossa oli näiden sertifikaattien lisääminen tuotteiden SAP master dataan. Kuvassa 2 on esitetty tämä transaktio MM02 Change Material, välilehdellä Sales: Sales Org. 2, ”Certificates and labels”. Tämä osuus oli projektin nopein työvaihe ja samalla erittäin tärkeä, sillä tämän tiedon avulla saadaan Papyruksen raportointijärjestelmä Business Warehousesta otettua tilastot, joissa hakukriteereinä toimivat ympäristömerkinnät.

Change Material 02011964 (Consumables)

Additional Data Org. Levels Check Screen Data Inforecord

Sales: sales org. 1 **Sales: sales org. 2** Sales: general/plant Foreign trade export

Article: 02011964 **Katrin Classic C-Fold 2 Yellow** ⓘ

Sales Org.: FI01 Papyrus FI

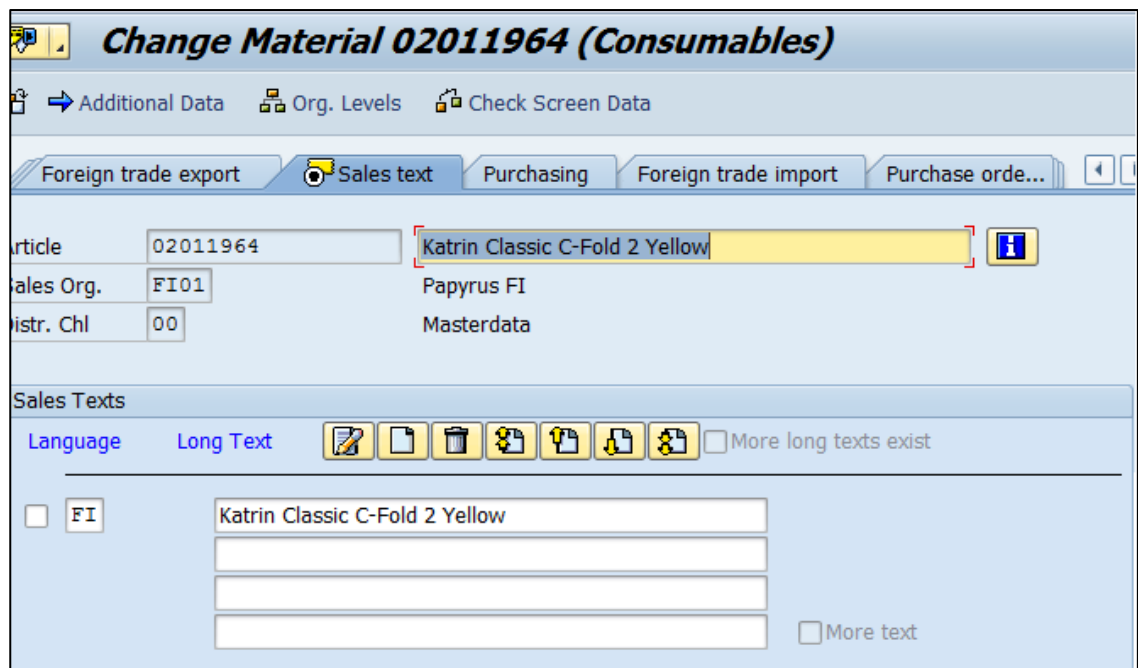
Distr. Chl: 00 Masterdata

Certificates and Labels

<input checked="" type="checkbox"/> Swan	<input type="checkbox"/> EU Eco Label	<input type="checkbox"/> Blue Angel
<input type="checkbox"/> Bra miljöverk	<input type="checkbox"/> Carbon Neutral	<input type="checkbox"/> Astma- och allerg.
<input type="checkbox"/> EMAS	<input type="checkbox"/> ISO 14001	
<input type="checkbox"/> TCF	<input type="checkbox"/> PCF	
<input type="checkbox"/> 100% Recycling	<input type="checkbox"/> < 100% Recycling	<input type="checkbox"/> %
<input type="checkbox"/> DIN 6738	<input type="checkbox"/> ISO 9706	<input type="checkbox"/> NEN 2728

Kuva 2: SAP-transaktio MM02 Change Material, välilehti Sales: Sales Org. 2, Certificates and Labels lisättiin tuotteelle hakutermit BW:a varten

Samalla tarkistettiin tuotteiden ”Sales text”-kentän ajantasaisuuden toimittajan tuotenimien kanssa ja muutettiin myyntiteksti vastaamaan toimittajan tuotenimeä. Tämä tehtiin, koska nimien muotoilu ei ollut yhdenmukaista ja loogista. Myyntinimien erilaisuus johtui liiketoiminnan aloitusaikojen kiireestä, jolloin tuotteita nimesi useampi henkilö eikä nimeämiskäytännöstä ollut ohjeita. Samoin Papyruksen asiakkaat käyttivät usein toimittajan nimistä poikkeavia tuotenimiä, joten tilaajien ostotapahtumien helpottamiseksi niitä ei lähdetty vaihtamaan. Tämä korjaava toimenpide tehtiin samalla SAP-transaktiolla MM02 Change Material, välilehdellä Sales text, joka esitetty kuvassa 3.

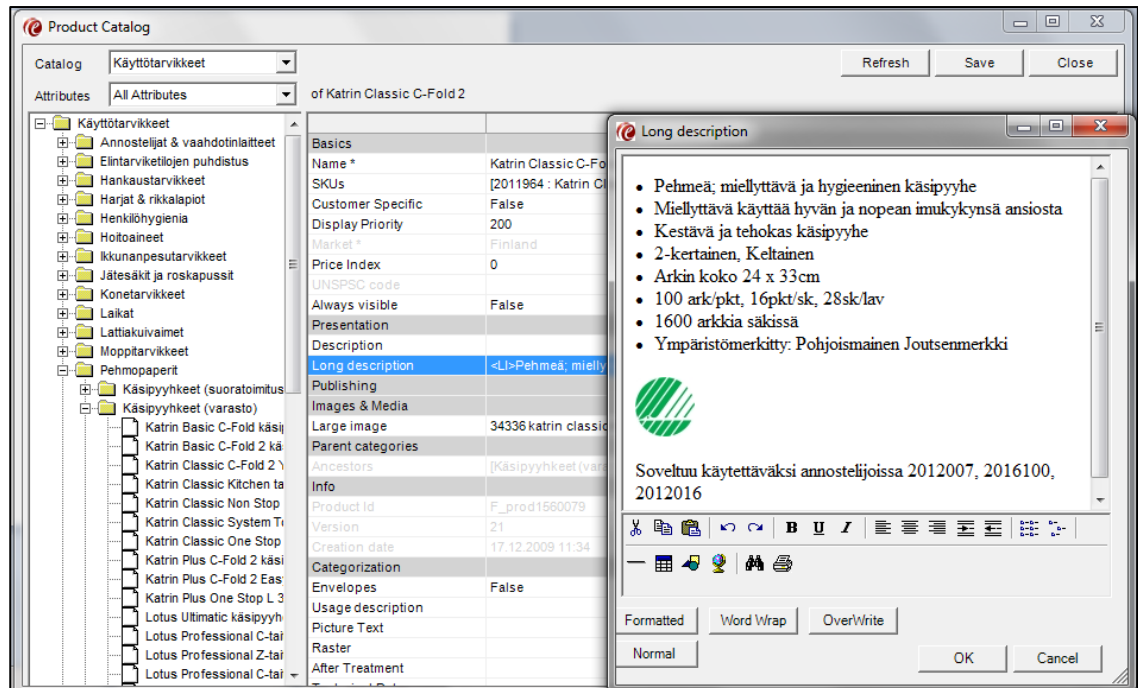


Kuva 3: SAP-Transaktiolla MM02 Change Material, Sales text, korjasimme artikkelien myyntitekstin vastaamaan toimittajien tuotenimiä

6.4 RevPeCC tuotetietojen päivitys

Papyruksen e-kaupassa asiakkaille näkyvät tuotteiden tuotetiedot päivitettiin RevPeCC toiminnanohjausjärjestelmässä. Tämä työvaihe oli erittäin pitkäkestoinen, sillä jokainen tuote käsiteltiin erikseen ja tuotteiden esillepano sekä tuotetietojen asettelu tehtiin yhtenäisesti ja harmonisoidusti. Tuotteiden tiedot haettiin pääasiassa tavarantoimittajan kotisivuilta heidän tuotenumeroidensa avulla. Kun tuotteen tiedot oli kerätty, avattiin kuvan 4 mukaisesti RevPeCC:n Product Catalog, josta kyseisen tuotteen kohdalta täytettiin saatavilla olevan tiedon varassa Presentation lehden ”Description”-

ja ”Long Description” -kentät ja lisättiin kuva Images & Media -lehden ”Large Image”-kohtaan.

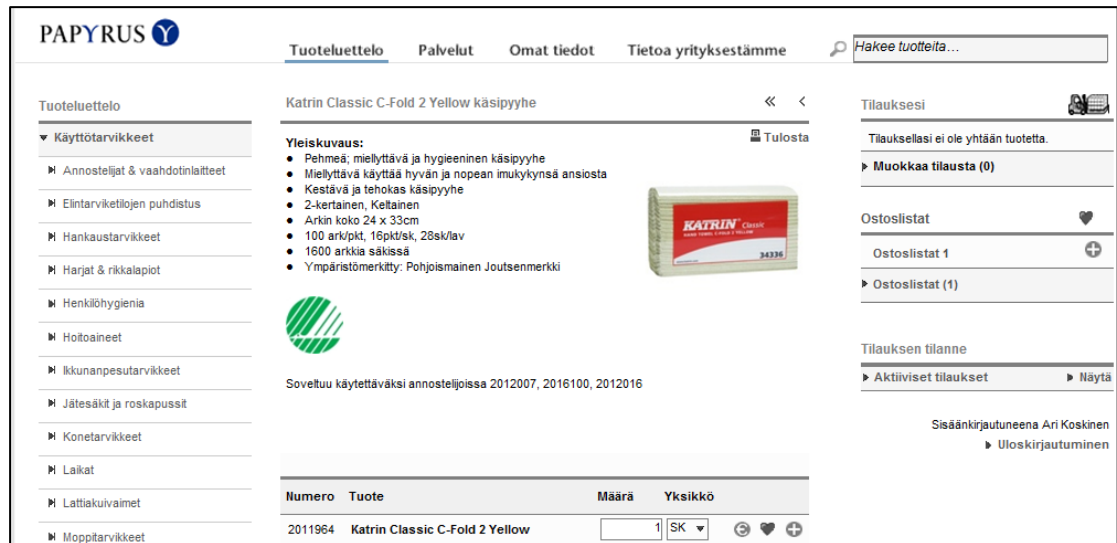


Kuva 4: RevPeCC Product Catalog: Tuotteen näkyvien tietojen päivittäminen e-kaupan tietokantaan. Muutokset tehtiin Description, Long Description ja Large Image kenttiin.

Ympäristömerkittyjen tuotteiden päivittämisen yhteydessä käsitteilyyn otettiin myös näiden käsiteltävien tavarantoimittajien tuotteet, joilla ei merkkejä ollut. Tuotteiden esillepanoa haluttiin samalla päivittää harmonisemmaksi, kuten edellä mainitsin. Täten ympäristömerkittyjen tuotteiden lisäksi käsiteltiin noin 600 tuotetta, joiden tietoihin lisättiin yleiskuvaus, pakkauskoot, käyttötarkoitus, mahdolliset yhteensopivuudet, kuva, tai muu merkittävä tieto, joka toimittajalla oli tarjota.

Tuotteiden esillepanon fontiksi valittiin Times New Roman ja fonttikooksi 12. Jos tavarantoimittajalla oli tarjota laajempaa virkemuodossa olevaa tuotetietoa, niin se sijoitettiin ylimmäksi, tuotteiden tekniset ominaisuudet listattiin allekkain samaan järjestykseen: ominaisuudet, koko, väri, pakkauskoot ja mahdollinen ympäristömerkintä ja ympäristömerkinnän kuvan esille tuova "media binary", joka on tallennettu RevPeCC:n tietokantaan. Viimeiseksi lisättiin maininta mahdollisista yhteensopivuuksista toisten tuotteiden kanssa. Tuotekuvaksi valittiin maksimissaan 600x600pix, jpeg-muotoinen ja metadataton kuva, joka tallennettiin RevPeCC-tietokantaan mediatiedostoksi ja tämän jälkeen liitettiin RevPeCC:n tallennettuun tuotteeseen. Ennen kuin esil-

lepano tallennettiin, tarkistettiin vielä tuotetietojen HTML-koodin selvyys ja korjattiin virheet, jos niitä esiintyi. Kuvassa 5 on esitetty mallina olevan Katrinin käsipyyhkeen ulkoasu e-kaupassa päivityksen jälkeen.



Kuva 5: Päivityksen jälkeen tuotteen ulkonäkö Papyruksen Revival e-kaupassa

6.5 Aikataulu

Projektin aikatauluksi oli suunniteltu noin 4–6 kuukautta, Tavarantoimittajien jaottelu valmistui noin kuukaudessa. Tämän jälkeen tekemäni listaus Papyruksen valikoimassa olevista ympäristömerkityistä tuotteista oli kestoaltaan hieman pidempi ja lista ympäristömerkityistä tuotteista oli valmis noin kaksi kuukautta projektin aloittamisesta. Samoihin aikoihin päivitin jo tuotteiden tietoja e-kauppaan. Kun projekti aloitettiin alkukesästä, tuotteiden päivitys RevPeCC:ssä saatiin valmiiksi juuri ennen vuoden vaihdetta. Aikaa oli kulunut noin 6 kk. Kun kaikki tuotteet oli saatu päivitettyä e-kaupan puolelle, otimme Jonne Kanervon kanssa työn alle SAP tuotetietojen päivityksen. Ympäristömerkittyjen tuotteiden listaa (liite 1) käyttämällä tähän työvaiheeseen kului muutama työpäivä.

Opinnäytetyön kirjoittaminen oli näiden edellä mainittujen työvaiheiden aikana takalalla käsittäen työn tärkeiden vaiheiden ylöskirjaamista ja taustatietojen keräämistä. Kun Papyruksen puolelle tehtävät työvaiheet oli suoritettu, niin pääsin tekemään työn dokumentointia. Kevään 2012 aikana keräsin kirjallisuusmateriaalia ja tutkin internetistä työn lähteitä. Samalla kirjoitin opinnäytetyötä ja tein raportit sekä kuvaajat Papyrusta ja insinööriyötäni varten. Opinnäytetyön annoin arvioitavaksi yrityksen edustajalle huhtikuun ensimmäisellä viikolla 2012.

7 LOPPUTULOS

7.1 Huomiot ja saavutukset matkan varrelta

Aikataulutus oli liian optimistinen. Tähän johtivat alkuperäistä pienemmät resurssit ja päivätyön vaatima aika. Työtä kerkesin ja jaksoin tehdä työpaikalla työajan ulkopuolella noin neljä tuntia viikossa. Suurin osa projektiin käytetystä ajasta meni e-kaupan tuotetietojen päivitykseen, koska päätimme parantaa muidenkin kuin ympäristömerkkityjen tuotteiden yleistä esillepanoa e-kaupassa.

Tuotteista saatavilla olevien tuotetietojen vaihtelu yllätti minut. Suurin osa toimittajista oli tehnyt hyvät katalogit ja internetsivut, joilta niin kuluttaja-asiakas kuin yrityksen edustaja sai tarvitsemansa tiedon. Vastaan tuli kuitenkin muutama hyvinkin suuri tuotemerkki, joiden tuotteiden esillepano oli erittäin niukkaa. Nämä toimittajat olivat panostaneet juuri eniten internet-sivujensa ulkonäköön ja asetteleun, mutta koreat sivut olivat useimmiten enemmän graafikon teoksia kuin tuotteiden esillepanoja.

BW:n kehitystyötä ei tarvinnut tehdä, koska jokin muu taho Papyrus Group organisaatiossa oli pyytänyt kyseistä päivitystä hetkeä aikaisemmin. Tämä oli miellyttävä yllätys, jonka avulla sain käytettyä tämän ajan muihin projektin osiin.

Tuotetietojen päivitystyön edetessä huomasin, että päivittäin asiakaspalveluun käyttötarvikkeista tulevien soittojen määrä putosi hieman. Useampi tilaaja pystyi nyt tekemään ostoksensa ilman asiakaspalvelun apua ja valitsemaan tuotteensa e-kaupan katalogin avulla. Aikaisemmin kun tuotetiedot olivat pintapuolisia tai ne puuttuivat kokonaan, asiakas herkemmin turvautui asiakaspalvelun apuun.

7.2 Business Warehouse projektin jälkeen

Tuotetietojen päivitystyö e-kauppaan oli saatu valmiiksi vuoden 2011 lopussa ja tiedot BW:ta varten lisätty tuotteiden tietoihin SAP:iin. Tämän jälkeen pääsin hakemaan BW:sta valikoimassa olevista tuotteista datat euromääräisestä myynnistä, myynneistä kappalemäärissä, tilausriveistä, ja niin edelleen. Kuvassa 6 BW:ssa on myynnin ympäristö-välilehdellä filttäreiksi määritetty Liedon käyttötarvikevarasto, tuotteiden nimet SAP:sta ja ajaksi 1.2011–12.2011. Tuotetiedoista on esillä ympäristövälilehden kaikki tiedot, euromääräinen myynti ja kappalemääräinen myynti, tuotteiden myynti painos-

sa, ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus myynnistä, artikkelien määrä ja ympäristömerkittyjen tuotteiden määrä. Kuvasta on poistettu luottamukselliset tiedot.

Eu Eco Label	Item	Article	Sales weight Calc. Act.	Sales value Total	Environmental share Sales value	Sales units Calc. Act.	Total no of articles	No of certified articles
Overall Result			1,262,081	259,349	34.1	232,873	1,449	158
Result			154,372	15,801	100.0	15,801	12	12
512401	Cream Soap Tok Premium 51, 1 l6, normal		5,430		100.0	305 CRT	1	1
511283	Toilet Paper Tok Premium Jumbo T2 175m		5,998		100.0	933 CRT	1	1
512161	Hand Towel Tok Adv 2-fold HQ 23x25cm w		28,401		100.0	2,302 CRT	1	1
522332	Ind.wiper Tok Adv 415 W1 1190x340x whi		435		100.0	41 RL	1	1
521405	Shower Cream Tok Premium 51 11 hair/body		4,800		100.0	900 CRT	1	1
521417	Cream Soap Tok Premium 51 11 6600 unperf		8,405		100.0	1,491 CRT	1	1
521502	Cream Soap Tok Premium 51 52, 475ml		435		100.0	109 CRT	1	1
521802	Shower Cream Tok Premium, 475ml		372		100.0	93 CRT	1	1
511117	Toilet Paper Tok Univ Mast Jumb T5 95cm		1,091		100.0	147 SK	1	1
500227	Dispenser napkins 2-ply 22x17cm white 164		1,936		100.0	255 CRT	1	1
513152	Hand Towel Tok Adv Interfold HQ 2-ply		24,287		100.0	3,936 GAR	1	1
513164	Hand Towel Tok Adv Interfold HQ 2-ply		55,725		100.0	4,791 CRT	1	1
2010091	Controlsheet H Tok Adv 415 M1 1-p w 120cm		1,259		100.0	189 PAC	1	1
Result			79,274		100.0	9,991	22	22
515135	Controlsheet H Tok Adv 415 M2 1-p w 275cm		1,474		100.0	146 CRT	1	1
511100	Toilet Paper Tok Univ Jumbo T1 480m		3,953		100.0	412 SK	1	1
511163	Toilet Paper Tok Premium Jumbo T1 360m		1,701		100.0	233 CRT	1	1

Kuva 6: Business Warehouse ympäristövälilehdien näkymä päivityksen jälkeen

7.3 Ympäristöraportit

Raportointityökalun päivitys ja tuotetietojen lisääminen mahdollistaa nyt asiakas- ja toimitusosoitekohtaisesti myynnin tilastoinnin niin, että ympäristömerkityt tuotteet saadaan eriteltyä heille tilastoissa. Raportit voidaan tehdä asiakkaalle BW:n ympäristövälilehdeltä, kuten kuvassa 6 heidän kokonaisostostaan tai eritellä pienempiin osiin, kuten tekemässäni taulukossa 2, johon on laitettu suodattimeksi asiakkaalle tallennettu toimitusosoite ja järjestetty tuotteet suurimmasta pienimpään myynnin arvoon. Koska siivoustarvikkeet toimitetaan suoraan varastolta Papyruksen asiakkaiden omiin asiakaskohteisiin, tämänlaisella raportilla Papyruksen asiakkaat saavat eriteltyä ympäristömerkittyjen tuotteiden käyttöasteen suoraan omille asiakkailleen.

Tämän kohteen ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus kokonaismyynnistä on 55 % (taulukko 2), eli merkittävästi korkeampi kuin Papyruksen ympäristömerkittyjen tuotteiden keskimääräinen 34 % osuus, ks. taulukko 3. Taulukosta 2 näkyy, että suurin menoerä kohteessa ovat pehmopaperit ja tämän jälkeen tulevat roskapussit ja jätessäkit. Tämän kaltainen kohde on hyvä esimerkki ympäristöystävällisestä ostamiskäytännöstä: kolme tärkeintä pehmopaperituotetta on valittu sellaiselta tavarantoimittajalta, joka tarjoaa ympäristöystävällisen vaihtoehdon kaikkiin asiakkaan tarpeisiin.

Taulukko 2: Asiakkaan Ship-to-partyn myynti 2011. Myyntitilastossa 129 tuotetta, joista esillä 5 tuotetta.

Query Description - Sales per company - environmental statistics				
Company code - FI01 Papyrus FI				
Time - 01.2011 - 12.2011				
Company code - FI01 Papyrus FI				
Ship-to party - 11281864 xxxx xxxx xxx xxxx Oy				
Key Figures - Sales value Total; Sales value Cert. Art.; Environmental share				
		Sales value Total	Sales value Cert. Art.	Environmental share
Article		EUR	EUR	%
2011480	Evolution ilmanraikastin annostelija	0,0002 %	0,0 %	0,0 %
2012059	Bioska 75L 650x900x0,03 (10 kpl/rl)	4,95 %	0,0 %	0,0 %
2011486	Lotus Professional Z-taitto Std, 3800ark	5,13 %	5,13 %	100,0 %
2011476	Wc-paperi Lotus Nextturn Compact(36 rll)	19,18 %	19,18 %	100,0 %
2011447	Rullakäsip. Lotus Prof. EnMotion (6 rll)	27,93 %	27,93 %	100,0 %
Overall Result		100,0 %	55,1 %	55,1 %
Kooste ship-to-party 11281864 vuoden 2011 aikana tilatuista tuotteista, esillä 4 myydyintä ja vähiten myyty.				

Taulukosta on poistettu asiakkaan nimi ja tuotteiden euromääräiset myynnit on muutettu indeksiluvuiksi, sillä se sisältää luottamuksellista tietoa. Taulukkoa on tiivistetty niin, että esillä on 4 myydyintä tuotetta ja 1 vähiten myyty tuote.

Jos kohteeseen olisi tilattu pienellä osuudella tuotteita, joissa on ympäristömerkintä, raportti toimii hyvin lähtökohtana kartoittaessa tuotteita, jotka voitaisiin vaihtaa ympäristöystävällisempiin ja joiden vaihdolla olisi merkittävä vaikutus kokonaisprosenttiosuuteen. Monet Papyruksen asiakkaiden siivouskohteet vaativat tietoonsa juuri tämän käytettyjen ympäristömerkittyjen tuotteiden prosenttiosuuden. Papyruksen asiakkaat joutuvat siis todistamaan useille isoille kohteilleen, että he ovat pyrkineet kehittämään valikoimaansa ja ostojaan ympäristöystävällisempään suuntaan, ja vuosittainen vertailu edellisvuoden myyntilukuihin toimii hyvänä mittarina tämän ohjesäännön toteutumisessa.

Keräsin sisäisiä raportteja varten aineiston ympäristöraportoinnin välilehdeltä viimeiseltä kahdelta vuodelta samoilla asetuksilla kuin kuvassa 6. Lisäksi kuvaajia varten keräsin tuotteiden myyntidatan samoilla filtereillä BW:n perusmyynnin välilehdeltä, jossa on laajempi perustietojen valikoima. Saamani Excel-tiedostot yhdistin Excelin p-

haku-funktiolla, järjestin taulukkojen tiedot ja saamastani aineistosta koostin kaksi taulukkoa ja kaksi kuvaajaa: Ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus ja arvo Papyrus Finland Oy:n käyttötarvikkeiden kokonaismyynnistä (Taulukko 3); Papyrus Finland Oy:n käyttötarvikkeiden kokonaismyynti ja TOP 50 artikkelit (Taulukko 4); Papyrus Finland Oy:n ympäristömerkittyjen tuotteiden myynninkehitys 2011 (Kuva 7) ja Papyrus Finland Oy:n tavallisten tuotteiden myynninkehitys 2011 (Kuva 8). Vastaavat raportit voidaan myös tehdä asiakaskohtaisesti.

Papyrus Finlandin ympäristöraportointi

BW:sta kerätyn aineiston pohjalta on taulukossa 3 kuvattu tavallisten tuotteiden ja ympäristömerkittyjen tuotteiden osuudet euroissa, tuotteiden määrä ja tuotteiden osuus kaikista tuotteista, yhden tuotteen keskimääräinen osuus koko myynnistä ja näiden tuotteiden myynnin arvon vertailu. Yrityssalaisuuden vuoksi euromääräiset arvot on muutettu prosentti-osuuksiksi tekemiini taulukoihin. Valikoiman 1 548 tuotteesta vuoden aikana myyntiä oli 1 449 tuotteella.

Taulukko 3: Ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus ja arvo Papyrus Finland Oy:n käyttötarvikkeiden kokonaismyynnistä

Ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus ja arvo kokonaismyynnistä					
	Myynti	Tuotteita	Osuus tuotteista	Tuotteen keskiarvo myynnistä	Tuotteiden arvon vertailu
Kaikki tuotteet	100 %	1 449	100 %	0,069 %	Sisältää molemmat
Tavalliset tuotteet	66 %	1 291	89 %	0,051 %	100 %
Ympäristömerkityt tuotteet	34 %	158	11 %	0,216 %	424 %

Taulukko 3 kuvaa hyvin sitä, että ympäristömerkittyjen tuotteiden euromääräiset myyntiluvut ovat huomattavasti suurempia verrattuna tavallisiin tuotteisiin ja ympäristömerkityn tuotteen keskiarvoinen myynti on hieman yli nelinkertainen (+424 %) normaalin tuotteen myynnin keskiarvoon verrattuna. Tästä on pääteltävissä, että ympäristömerkillä on vaikutusta tilaajien ostokäyttäytymiseen ja ympäristömerkkiä myös haetaan jo markkinoilla menestyneille tuotteille. Selvää on, että ympäristömerkityt

tuotteet menestyvät myyntivertailussa huomattavasti paremmin tavallisiin tuotteisiin verrattuna.

Taulukon 4 avulla on tuotu esille 50 myydyimmän tuotteen osuutta Papyruksen käyttötarvikkeiden kokonaismyynnistä. Myös tähän taulukkoon euromääräiset arvot on muutettu prosenttiosuuksiksi. Taulukosta nähdään minkälainen myynnillinen osuus näinkin pienellä määrällä, kuin 50 myydyimmällä tuotteella on kokonaismyynnistä, kun tuotteita nykyvalikoimassa on 1 548.

Papyruksen käyttötarvikepuolen myydyimpien tuotteiden Top 50 eli 4 % kaikista artikkeleista muodostaa kokonaismyynnistä yli puolet. Tästä kuvaajasta selvinnyt Top 50 tavallisten ja ympäristömerkittyjen tuotteiden jakauma hieman yllätti, sillä olin kuvitellut, että tähän määrään olisi sisältynyt enemmänkin ympäristömerkittyjä tuotteita, kuten erilaisia pesu- ja siivousaineita. 50 myydyimmän tuotteen kokoelmaan kerääntyikin yllättäen ainoastaan muutamien tuotekategorioiden tuotteita, kuten jätesäkkejä, moppilankoja, siivousvaunuja ja pehmopapereita. Näistä kategorioista ainoastaan pehmopapereille on määritelty ympäristömerkkien hakukriteerit Ympäristömerkit-järjestön listaan.

Kaikki Top 50:ssä olevat pehmopaperit olivat ympäristömerkittyjä. Tässä tuotekategoriassa onkin hyvin nähtävissä merkin vaikutus. Koska tavallinen pehmopaperi on yleensä massatuotetta, kuten käsipyyhettä tai wc-paperia, tuotteen ominaisuudet ovat hyvin samanlaisia muiden valmistajien tuotteisiin verrattuna. Täten kilpailuvalteiksi jää tuotteen imago, hinta ja ympäristöystävällisyys. Kaikki pehmopaperivalikoimaan toimittavat valmistajat ovat isoja toimittajia, joten ne ovat aktiivisesti pyrkineet saamaan valikoimansa pehmopapereille ympäristömerkin. Koska 21 erilaisella pehmopaperilla saadaan aikaiseksi 23 % Papyruksen käyttötarvikepuolen kokonaismyynnistä, kaikkia myyntikeinoja pyritään tuomaan esille. Ympäristöystävällisyys on yksi näistä.

Taulukko 4: Papyrus Finland Oy:n käyttötarvikkeiden kokonaismyynti ja TOP 50 artikkelit

2011 Käyttötarvikkeiden kokonaismyynti ja Top 50 artikkelit				
	KOKONAISMYYNTI 2011		MYYNTI 2011 TOP 50	
	OSUUS MYYNNISTÄ	ARTIKKELIEN MÄÄRÄ	OSUUS MYYNNISTÄ	ARTIKKELIEN MÄÄRÄ
Tavalliset+Ympäristö	100 %	1449	54 %	50
Ympäristömerkityt	34 %	158	23 %	21
Tavalliset	66 %	1291	31 %	29

Top 50-tilaston pohjalta minulle heräsi ajatus, että esimerkiksi moppilankojen tuotekategoriassa mahdollinen ympäristöystävällisyys voisi tuoda huomattavaa markkinointietua. Myynnin suuren arvon ja näiden tuotteiden käyttöominaisuuksien välillä olevat erot ovat niin marginaalisia, että tässä kategoriassa tuotteiden differiointi voisi toimia kuten pehmopapereissa. Ympäristömerkkien hakemisen mahdollistava tuotemääritelmän luominen moppilangoille olisi täten kannattava toimenpide tavarantoimittajien puolelta.

Papyruksen käyttötarvikkeiden myynninkehityksestä tein näiden uusien BW:sta saatujen tilastojen avulla taulukon: Papyrus Finland Oy:n käyttötarviketuotteiden myynninkehitys 2011, (taulukko 5). Taulukon tiedot on kerätty vuosilta 2010 ja 2011, laskentayksikkönä on käytetty perusmyyntiyksikköä ja ympäristömerkinnät on eritelty. Taulukon tuotteiden vertailukelpoisuuden varmistamiseksi ja listalle pääsemiseksi tuotteen tuli täyttää nämä neljä reunaehto: Otettu valikoimaan viimeistään 1.1.2010, olla edelleen valikoimassa 31.12.2011, vuoden 2010 myynti yli 100 myyntiyksikköä, vuoden 2011 myynti yli 100 myyntiyksikköä. Näillä raja-arvoilla saatiin koostettua tilastojoukko, johon tavallista tuotteista kelpasi 225 ja ympäristöystävällistä tuotteista kelpasi 49.

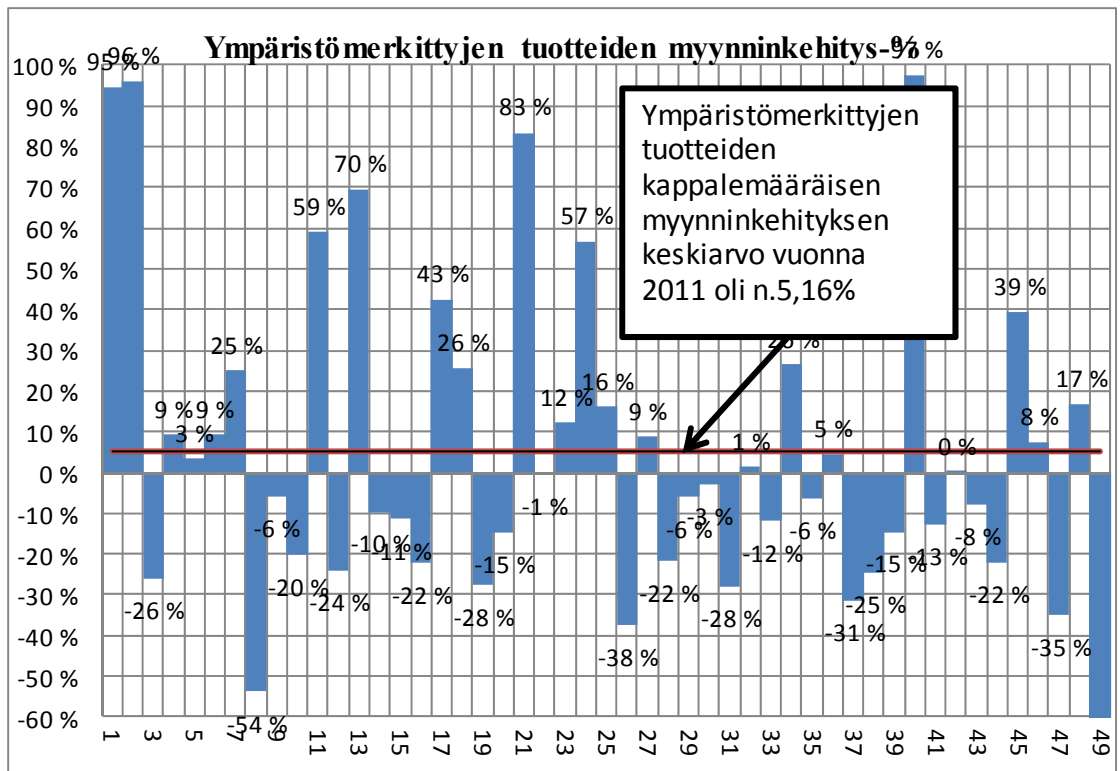
Taulukko 5: Papyrus Finland Oy:n käyttötarviketuotteiden myynninkehitys 2011

Swan	Eu Eco Label	Article	Name	Sales units 2011	Sales Units 2010	In Catalogue, Sales 2011 >100, Sales 2010 >100	Change-% 2011-2010
Myynninkehitys ympäristömerkityt tuotteet							
Y	Y	500227	Dispenser napkins 2-ply 22x17cm white N4	255 CRT	131 CRT	Y	95 %
Y	Y	511283	Toilet Paper Tork Prem Mini Jum T2 170m	833 CRT	425 CRT	Y	96 %
Y	Y	513182	Hand Towel Tork Adv interfold H2 2-ply	3 036 CAR	4 099 CAR	Y	-26 %
Y	Y	531406	Shower Cream Tork PremiumS1 1l hair/body	800 CRT	731 CRT	Y	9 %
Y	N	511261	Toilet Paper Tork Adv T4 2-ply 69m	340 SK	329 SK	Y	3 %
Y	N	511317	Toilet Paper Tork Prem soft T4 3-ply 35	453 SK	414 SK	Y	9 %
Y	N	512280	Kitchen paper Tork Premium 2-ply white	215 SK	172 SK	Y	25 %
Y	N	515120	Centrefeed r1 Tork Uni 310 M2 1-p y 300m	247 PAC	535 PAC	Y	-54 %
Y	N	522103	Ind.wiper Tork Univ 310 W1 1190mx24cm ye	361 SK	384 SK	Y	-6 %
Y	N	531881	Sanitary Cleaner Sani Calc Free 1l	1 536 BOT	1 927 BOT	Y	-20 %
Y	N	531891	Sanitary Cleaner Sani 100 Fresh Conc 1 l	5 281 BOT	3 320 BOT	Y	59 %
Y	N	2011458	Teollisuuspyyhe Lotus St1 32 cm (1 rll)	143 SK	188 SK	Y	-24 %
Y	N	2011489	Lotus Professional C-taitto Plus 2400ark	2 441 SK	1 439 SK	Y	70 %
Y	N	2011491	Vetopyyhe Lotus Midi Standard1 (6 rll)	307 SK	340 SK	Y	-10 %
Y	N	2011620	A7 Suma Select 5 ltr Huuhtelukirkaste	154 CN	174 CN	Y	-11 %
Y	N	2011706	Jontec 300 free conc. 1 ltr annostelup.	1 735 BOT	2 231 BOT	Y	-22 %
Y	N	2011707	Jontec 300 free conc. 5 ltr	1 561 CN	1 095 CN	Y	43 %
Y	N	2011711	Jontec Forward free 5 ltr	1 528 CN	1 215 CN	Y	26 %
Y	N	2011728	Jontec Tensol free conc 5 ltr Täyttöpakk	622 CN	861 CN	Y	-28 %
Y	N	2011729	Jontec Tensol free conc. 1 ltr	1 073 BOT	1 258 BOT	Y	-15 %
Y	N	2011806	Sani 100 fresh conc. 5 ltr	1 365 CN	744 CN	Y	83 %
Y	N	2011807	SCS Lux 300 ml	323 BOT	325 BOT	Y	-1 %
Y	N	2011818	Soft Care Lux 2in1 shampoo 800 ml täyttö	1 092 PCE	973 PCE	Y	12 %
Y	N	2011822	Soft Care Sensitive 800 ml	950 PCE	606 PCE	Y	57 %
Y	N	2011826	Soft Care Wash 0.5 ltr pumppupullo	5 256 BOT	4 523 BOT	Y	16 %
Tiivistelmä 25:stä ympäristömerkitystä tuotteesta							
Myynninkehitys tavalliset tuotteet							
N	N	513163	Hand Towel Tork Adv C-fold H3 31x25cm w	255 CRT	326 CRT	Y	-22 %
N	N	513292	Hand Towel Tork Prem Ex Soft H2 34x21cm	491 CRT	673 CRT	Y	-27 %
N	N	515063	Hand Towel Roll Tork Prem H1 w 100mx21cm	109 CRT	135 CRT	Y	-19 %
N	N	531118	Decalcification Cleaner Suma Calc D5 5 l	225 CN	241 CN	Y	-7 %
N	N	531162	Steelpolish Suma Inox D7.1, 750ml	478 BOT	521 BOT	Y	-8 %
N	N	531163	Disinfectant Sactiv Nestekloori, 1 litre	3 722 BOT	3 700 BOT	Y	1 %
N	N	531164	Window Cleaner Suma Rapid, 750 ml	10 735 BOT	9 510 BOT	Y	13 %
N	N	531294	Foam Soap Lotus nextTurn Dermo, 800ml	606 CRT	750 CRT	Y	-19 %
N	N	531650	Cream Soap Dove Creme Wash, H6 300ml	412 BOT	443 BOT	Y	-7 %

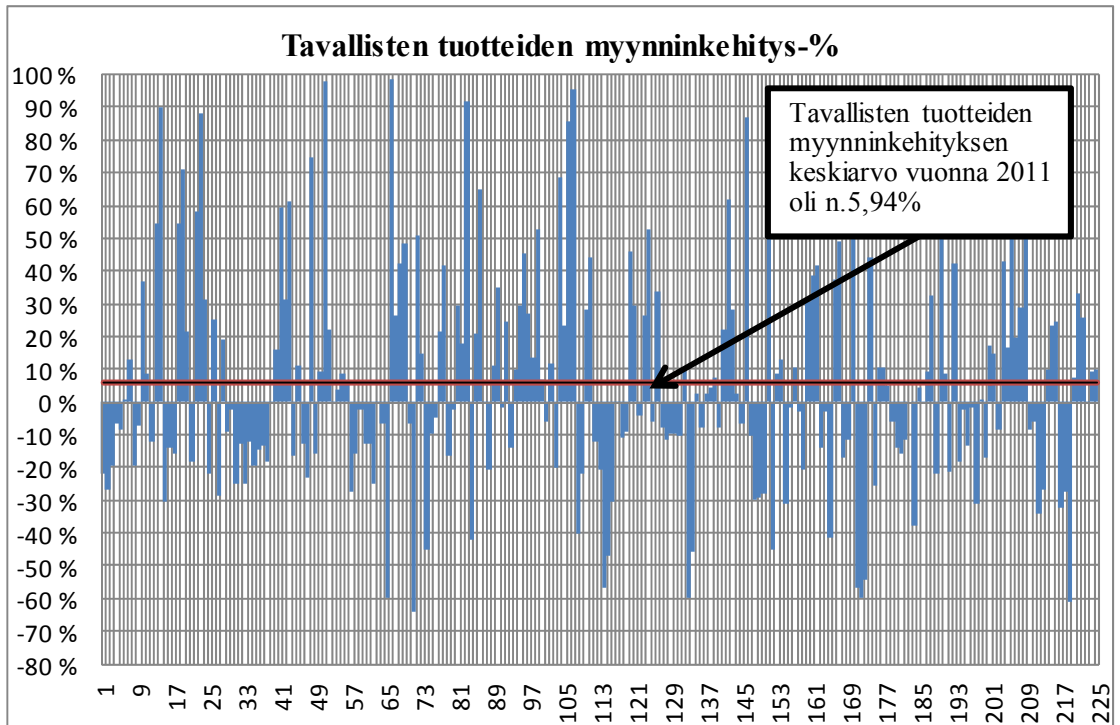
N	N	531659	Schampo Dove, 300ml	706 BOT	516 BOT	Y	37 %
N	N	531880	Heavy Duty Cleaner Actival, 5 litre	746 CN	685 CN	Y	9 %
N	N	531900	Fabric Softener Comfort Sensitiv Prof 5l	201 CN	229 CN	Y	-12 %
N	N	2001050	Disp Tork Mini Jumbo T2 white plastic	453 PCE	293 PCE	Y	55 %
N	N	2007927	Zorba Absorption strip 30 m	209 CRT	110 CRT	Y	90 %
N	N	2011072	Rasant-Hajusulku 0.5 ltr	102 PCE	147 PCE	Y	-31 %
N	N	2011076	Pölynimuri Panther GD 930	161 PCE	187 PCE	Y	-14 %
N	N	2011098	Vaahdonestoaine 1 ltr	1 000 BOT	1 186 BOT	Y	-16 %
N	N	2011105	UZ934 Terrier poistoilmasuodatin	263 PCE	170 PCE	Y	55 %
N	N	2011112	Pölynimuri Terrier UZ 934	284 PCE	166 PCE	Y	71 %
N	N	2011113	Jyty 5 ltr peruspuhdistusaine	2 127 CN	1 753 CN	Y	21 %
N	N	2011125	Wound cleanser wipes Savett (40 pcs)	343 PAC	420 PAC	Y	-18 %
N	N	2011127	Bloodstopper Cederroths 4-in-1 Mini	935 PCE	591 PCE	Y	58 %
N	N	2011128	Protection kit against contamination	284 PCE	151 PCE	Y	88 %
N	N	2011131	First Aid kit to cleaning closet	236 PCE	180 PCE	Y	31 %
N	N	2011144	Ovikiila varrella matala malli	244 PCE	312 PCE	Y	-22 %
Tiivistelmä 25 tavallisesta tuotteesta							

Näistä kahdesta tilastojoukosta koostin kaksi kuvaajaa, joissa on esitetty tavallisten ja ympäristömerkittyjen tuotteiden myyntikehitys vuosien 2010 ja 2011 välillä (kuvat 7 ja 8). Yllättävä huomio, joka paljastui molemmista kuvaajista, oli suuri hajonta tuotteiden myynninkehityksessä. Laskin molempien tuoteryhmien myynninkehityksen keskiarvon. Ympäristömerkittyjen keskiarvoksi sain 5,2 %, ja tavallisten tuotteiden myynninkehityksen keskiarvoksi 5,9 %. Tämä pieni ero keskiarvoissa menee virhemarginaalin sisään, joten myynninkehityksessä ryhmien välillä ei ole nähtävissä eroja.

Taulukon 5 tulokset ovat suuntaa antavia, sillä käytetyt raja-arvot vaikuttavat tilaston lopputulokseen. Mikäli vuosittaisen myynnin raja-arvot olisivat alemmat, vähäininkin muutos pienimenekkisen tuotteen myynnissä näkyisi suhteettoman paljon saadussa muutosprosentissa. Tilaston tekemiseen on käytetty myyntiyksiköitä, koska euromääristä myyntiä ei voi käyttää. Tuotteisiin kohdistuneet erisuuruiset hinnanmuutokset olisivat vääristäneet tilaston myynninkehityksen lukuja. Koska tuotteilla on eri myyntiyksiköt ja yksiköiden kertoimet, myynnin kehitys ei voida tilastoida kokonaiskappalemyynnistä ja sen muutoksesta.



Kuva 7: Papyrus Finland Oy:n ympäristömerkittyjen tuotteiden myynninkehitys 2011 taulukosta 5: Papyrus Finland Oy:n käyttötarviketuotteiden myynninkehitys 2011



Kuva 8: Papyrus Finland Oy:n tavallisten tuotteiden myynninkehitys 2011 taulukosta 5: Papyrus Finland Oy:n käyttötarviketuotteiden myynninkehitys 2011

Johtuuko myynninkehityksien keskiarvojen samansuuruisuus siitä, että e-kaupan esillepanon päivitys on tehty vuoden 2011 lopulla vai ovatko ympäristömerkityt tuotteet jo aikaisemmin vakiinnuttaneet asemansa tilaajien ostokorissa ilman erillistä esillepanoa e-kaupassa? Tähän saadaan vastaus, kun myynninkehitysprosentin keskiarvojen kehitystä seuraavaksi tarkistellaan, esimerkiksi kuuden myyntikuukauden otannalla heinäkuussa 2012 (1.6.2011–1.6.2012). Tällöin saadaan kaksi vertailukelpoista myyntijaksoa, jossa toisessa ympäristömerkkejä ei vielä ole e-kaupan esillepanossa ja myöhemmässä ajanjaksossa kaikkien valikoiman ympäristömerkittyjen tuotteiden esillepanossa on tuotu nämä merkit esille. Tämä tilasto toimitetaan sidosryhmille kesän aikana.

Tekemistäni raporteista on nähtävissä ympäristömerkinnän vahva vaikutus tilaajien tekemiin ostoihin. Raportit tukevat ympäristövaikutusten merkityksestä esittämäni teoriaa. Ympäristöystävällisyydestä kertovat symbolit luovat lisäarvoa tilaajille, koska heidän arvomaailmassaan ympäristövaikutusten pienentäminen on arvokas ominaisuus. Tavarantoimittajien ja toimittajien onkin kannattavaa kehittää omia prosessejaan sekä tuotteitaan ympäristölle edullisemmiksi, koska tämän avulla tuotteet on saatu differentioitua muista vastaavista tuotteista. Yritysten arvomaailmassa luonnon huomiomisesta onkin tullut tärkeä kilpailu- ja imagoitekijä.

8 YHTEENVETO JA JATKOTOIMENPITEET

Projektissa saavutettiin Papyruksen asettamat tavoitteet ympäristöraportoinnin kehittämiseksi. Papyrus Finland Oy pystyy jatkossa tarjoamaan käyttötarkikeliketoiminnan tuotevalikoiman ympäristövaikutuksista ajantasaista ja läpinäkyvää tietoa eri kohderyhmilleen, eli viranomaisille, omistajilleen, asiakkailleen ja henkilöstölleen.

Tavoite ympäristömerkittyjen tuotteiden tuotetietojen parantamisesta ja e-kaupan muiden tuotteiden tuotetietojen päivytyksestä toteutui kokonaan ympäristömerkityillä tuotteilla. Kaikkien ympäristömerkittyjen tuotteiden tuotetiedot ovat nyt ajan tasalla, ja niiden ulkoasu on yhdenmukainen ja selvä. Tavallisista tuotteista projektin aikana saatiin päivitettyä yli 600 erilaista tuotetta. Tavoitteena oli käsitellä kaikkien ympäristömerkittyjä tuotteita toimittavien tavarantoimittajien valikoimasta tulevat tuotteet, myös ne joilla ei ole ympäristömerkintää, ja tähän tavoitteeseen päästiin. Tavarantoimittajat, joilla ei ole valikoimassa ympäristömerkittyjä tuotteita, jäivät tämän projektin päivitystyön ulkopuolelle.

Papyrus käyttää jatkossa e-kaupassa olevia ympäristömerkintöjä ja ympäristöystävällisestä tuotevalikoimasta olevaa tietoa omassa käyttötarvikkeiden markkinoinnissaan. Muidenkin tuotteiden päivitystyö on markkinoinnin apuna, koska mahdollisille asiakkaille on nyt saatavilla ajantasaista tietoa valikoiman koostumuksesta ja tuotteiden ominaisuuksista.

Papyruksen asiakasyrityksen asettamat tavoitteet kehitystyölle saavutettiin. Ympäristömerkityt tuotteet on listattu, kulutusraportit ympäristömerkityistä tuotteista ovat saatavissa asiakas- ja toimitusosoitekohtaisesti, ympäristömerkittyjen tuotteiden osuus kokonaiskulutuksesta on laskettavissa ja e-kaupassa olevien ympäristömerkittyjen tuotteiden tuotetiedot on päivitetty. Papyruksen asiakasyritykset ovat olleet tyytyväisiä tähän muutokseen ja heidän ostotapahtumansa on helpottunut projektista saatujen muutosten ansiosta.

Projektiin kului aikaa enemmän kuin aluksi suunnittelin. Tuotteiden päivitystyöhön kului yllättävän paljon aikaa, sillä jokainen tuote oli käsiteltävä yksitellen, ja tämän vuoksi kaikkia valikoiman tuotteita en tässä projektissa kerinnyt käsitellä. Olen kuitenkin erittäin tyytyväinen saavutettuun lopputulokseen ja toivon tästä työstä olevan hyötyä niin asiakkaiden, kuin Papyruksen ympäristöasioiden huomioimiselle.

Jatkotoimenpiteet

Asiakkaille myytyjen ympäristömerkittyjen tuotteiden osuutta ja myynninkehitystä seurataan tarkasti tämän vuoden aikana, sillä heille halutaan tarjota tietoa projektin vaikutuksesta heidän tilaajiensa ostokäytäntöihin. Tekemiäni raportteja Papyruksen asiakasyritykset voivat käyttää oman ympäristöraportoinnin työvälineinä sekä omaan markkinointiinsa kehysryhmilleen ja asiakkailleen.

Projektin aikana tehtyä tavallisten tuotteiden tuotetietojen päivitystä jatketaan. Tarkoituksena on saada vuoden 2012 aikana Papyruksen tuotevalikoiman yleisilme yhtenäiseksi ja lisätä valikoimassa olevien tuotteiden tuotetietoihin tavarantoimittajilta saatavissa olevat tuotetiedot. Myös ympäristömerkityistä tuotteista tarkastetaan jatkossa aika ajoin, esimerkiksi kerran vuodessa, tietojen ajantasaisuus mahdollisten muutosten varalta. Koska ympäristömerkintään oikeuttava lupa on määrä-aikainen ja hakukriteerien kiristyessä sitä on anottava uudestaan, on tarkistamiskäytännöstä tultava pysyvä toimintamalli Papyruksen käyttötarvikeliiketoimintaan.

Nostettaessa uusia tuotteita käyttötuotteiden valikoimaan jatkossa tarkistetaan tuotteelle mahdollisesti myönnetyt ympäristömerkinnät. Nämä tiedot lisätään Revivalissa tuotteen tuotetietoihin, SAP:ssa tuotteen master dataan ja tuote lisätään ympäristömerkittyjen tuotteiden taulukkoon (liite 1). Tästä tulee tehdä pysyvä toimintamalli, jotta tuotetiedot säilyvät ajantasaisina.

Valikoimassa oleville tuotteille voidaan Papyruksen asiakasyritysten kanssa jatkossa etsiä vaihtoehtoisia ympäristöystävällisiä tuotteita tämän projektin pohjalta. Mahdollisia vaihdettavia tuotteita voitaisiin etsiä järjestelemällä asiakkaan tuotteet myynnin mukaan ja listalta poimia tavallisia tuotteita, joiden tuoteryhmän joillekin muille tuotteille on myönnetty ympäristömerkintä. Mahdollisia vaihtoehtoja voidaan sitten tiedustella eri tavarantoimittajilta.

Lopuksi

Toivottavasti tämä opinnäytetyö on ollut ideoita antava ja kannustaa lukijaansa ajattelemaan tekemiensä valintojen ympäristövaikutuksia. Ympäristöarvojen huomioiminen ihmisten omissa toimissa, yritysten ratkaisuisissa ja valtioiden kansallisissa, että globaaleissa strategioissa, on avain kestäväälle kehitykselle, jotta hyvinvoinnin turvaaminen luonnon kantokyvyn rajoissa onnistuu tulevaisuudessakin.

LÄHTEET

Berner Cleaner tuotevalikoima. 2012. Econtent. saatavissa:

<http://www.cleaner.fi/ph/phwww.nsf/sp?open&cid=etusivu> (viitattu 14.1.2012).

Business Warehouse, 2012. Econtent. Saatavissa:

<http://bw.papyrus.com:50900/irj/portal> (viitattu 14.1.2012).

Clean Import, Puhtausalan tuotekuvasto. 2011/2012. Espoo: Clean Import Oy.

Ecolab tuotevalikoima. 2012. Econtent. saatavissa:

<http://productcatalogue.ecolab.fi/fi/> (viitattu 14.1.2012).

Ejendals-tuotehaku. 2012. (Famon/Urho Viljanmaa). Econtent. saatavissa:

<http://www.ejendals.fr/1829.php#doWCM=getProducts&pageid=1829,itemgroup=,pageingpage=1> (viitattu 14.1.2012).

Elinkaari. 8.5.2011. Econtent. saatavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Elinkaari> (viitattu 14.1.2012).

Hakala, H. ja Välimäki, J. 2003. Ympäristön tila ja suojele Suomessa. Tampere: Tammer-paino.

JohnsonDiversey-tuotekuvasto. 2012. saatavissa:

<http://www.diverseysolutions.com/fi/Content/Catalogue> (viitattu 14.1.2012).

Joutsenmerkityt tuotteet ja palvelut Suomessa. 1.11.2011. saatavissa:

<http://www.ymparistomerkki.fi/tuotteet> PDF-versio. (viitattu 14.1.2012).

Katrin tuoteluettelo. 1.2011. Mänttä: Metsä Tissue Oyj.

KiiltoClean/Farmos tuotevalikoima. 2012. Econtent. saatavissa:

http://www.kiiltoclean.fi/index.php?option=com_content&task=view&id=18&Itemid=49 (viitattu 14.1.2012).

Korhonen, J. Seppälä, J. ja Pihlatie Kaisa. 2008. Teollinen ekologia yhteiskunnallisena vaikuttajana. Ympäristö ja Terveys-lehti, 5/2008. saatavissa:

http://www.teollinenekologia.fi/documents/YT5_2008ss54_58.pdf PDF-versio (viitattu 14.1.2012).

Laki julkisista hankinnoista. 30.03.2007. Econtent. saatavissa:

<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070348> (viitattu: 21.03.2012).

Liesimaa, V. 2000. Ympäristöraportointi - helpottuuko viranomaisten työ? Ympäristöministeriö, 11.10.2000. saatavissa:

<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=7510> PDF-versio (viitattu 14.1.2012).

Levijärvi, P. 2012. Haastattelu. Vantaa: Papyrus Finland Oy. (Viitattu 14.1.2012).

Lotus Professional: Tuoteluettelo Saniteetti/Työpiste. 2011. saatavissa:

<http://www.lotusprofessional.fi/PORTAL/generic.aspx?PAGE=Downloads&portalName=Lotus06> PDF-versio (viitattu 14.1.2012).

Mätäsaho, R. ja Niskala M. 1997. Ympäristölaskentatoimi ja valta ympäristö. saatavissa: http://lta.hse.fi/1997/1/lta_1997_01_a6.pdf PDF-versio. (viitattu 14.1.2012).

Papyrus-yleisesittely. 2012. Papyrus Finland Oy. saatavissa:

<http://www.papyrus.com/fiFI/aboutPapyrus.htm?uniqueName=aboutus&select=7000008&expand=7000008> PDF-versio. (viitattu 14.1.2012).

Paras käyttökelpoinen tekniikka. 2011. Econtent. Suomen ympäristökeskus. saatavissa:

http://www.bioenergiatieto.fi/default/www/etusivu/tietoa_bioenergiasta/ymparisto/luvut_suojelevat_ymparistoa/ymparistonsuojelulaki_yva_ja_ymparistolupa/paras_kayttokelpoinen_tekniikka_bat/ (viitattu 14.1.2012).

Pietikäinen, S. 2008. Organisaation ympäristövastuu. Teoksessa Kaikesta jää jälki, puheenvuoroja ympäristöä säästävistä valinnoista, toim. Anja Portin. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Pohjoismainen ympäristömerkintä: Ympäristöfilosofia. 2000. saatavissa:
<http://www.ymparistomerkki.fi/ymparistomerkki/ymparistofilosofia> PDF-versio (viitattu 15.3.2012).

Sterisol-tuotteet. 2012. Econtent. saatavissa: <http://www.sterisol.fi/index.php?id=171>
(viitattu 14.1.2012).

The Ecolabel Catalogue. 2012. Green store hakukone. saatavissa:
<http://ec.europa.eu/ecat/> (viitattu 14.1.2012)

Tork-tuotehinnasto Papyrus Finland Oy:lle. 2011.

Tork-tuotekuvasto. 2011. saatavissa: <http://www.tork.fi/Ota-yhteytta/Mediapankki/Painettu-materiaali/> PDF-versio. (viitattu 14.1.2012).

Tuottajavastuu jätehuollossa. Econtent. saatavissa:
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=411101&lan=FI> (viitattu 14.1.2012).

Unilever: Puhtauden tuotemerkit. Econtent. saatavissa:
<http://www.unilever.fi/brands/personalcarebrands/> (viitattu 14.1.2012).

Ympäristömerkki. 2012. Econtent. saatavissa www.ymparistomerkki.fi (viitattu 18.3.2012).

Valtioneuvoston periaatepäätös kestävien valintojen edistämisestä julkisissa hankinnoissa. 8.4.2009. saatavissa:
<http://www.ymparisto.fi/download.asp?contentid=101162&lan=en> PDF-versio (viitattu 21.03.2012).

Ympäristöjärjestelmät ja -johtaminen. 2011 Econtent. Ympäristöministeriö. saatavissa: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=392133&lan=FI> (viitattu 14.1.2012)

LIITTEET

Liite 1. Papyrus Finland Oy:n käyttötarvikkeiden tuotevalikoima

Tuotenimi	Tuotenumero	Toimittajan art.num	Toimittaja	Joutsen	EU-kukka
Tork Advanc.415 M1 Mini vetop.ri(11rl)	2016051	100130	SCA	x	x
Tork Advanced ketju.käsipyhye 2856ark H2	513182	120288	SCA	x	x
Tork Advanced ketju.käsipyhye 3780ark H2	513184	120289	SCA	x	x
Tork Advanced Teollisuuspyhye 415 W1	522332	130109	SCA	x	x
Tork Advanced ZZ-ta käsipyhye 3000ark H3	513161	290162	SCA	x	x
Tork Prem. nestesaip.mini 0.48l(8plo) S2	531502	420502	SCA	x	x
Tork Prem. S4 vaahtosaip. erit. mieto 1L	2019942	520701	SCA	x	x
Tork Premium ketjutaitettu servietti N4	500227	15950	SCA	x	x
Tork Premium MiniJumbo wc-pap.(12rl) T2	511283	110253	SCA	x	x
Tork Premium nestesaippua 1ltr (6plo) S1	531401	420501	SCA	x	x
Tork Premium nestesaippua 1ltr (6plo) S1	531417	420701	SCA	x	x
Tork Premium S4 vaahtosaippua, mieto, 1L	2019941	520501	SCA	x	x
Tork Premium suihkus.Mini 0.48l(8plo) S2	531602	420602	SCA	x	x
Tork Premium suihkusaippua 1ltr(6plo) S1	531406	420601	SCA	x	x
Tork Univ. Maxi Jumbo wc-paperi(6rl) T5	511117	120165	SCA	x	x
Käsipyhyerulla Ultimatic 160 m (6 rll)	2011450	N36210	GeorgiaPacific	x	
Lotus Nextturn Compact (36 rll)	2011476	5020810	GeorgiaPacific	x	
Lotus Professional C-taitto Plus 2400ark	2011489	N95319	GeorgiaPacific	x	
Lotus Professional C-taitto Std 2400ark	2011448	N95316	GeorgiaPacific	x	
Lotus Professional Z-taitto Plus 3800ark	2011488	N93331	GeorgiaPacific	x	
Lotus Professional Z-taitto Std, 3800ark	2011486	N93330	GeorgiaPacific	x	
Rullakäsip. Lotus Prof. EnMotion (6 rll)	2011447	K90225N	GeorgiaPacific	x	
Talousspyhye Lotus Prof. Plus2 (20 rll)	2011449	N32032	GeorgiaPacific	x	
Teollisuuspyhye Lotus Plus1 (1 rll)	2011460	N94028	GeorgiaPacific	x	
Teollisuuspyhye Lotus St1 32 cm (1 rll)	2011458	N94031	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Lotus Jätti Standard1 (4 rll)	2011487	N94087	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Lotus Preference2 (20 rll)	511032	N94400	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Lotus Prestige3 (40 rll)	511033	N94150	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Lotus SmartOne valk. (6 rll)	2011456	2974901	GeorgiaPacific	x	
WC-paperi Lotus Standard2 225ark (42rll)	2016908	N94200	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Lotus Standard2 306ark (42rll)	2016909	N94306	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Lotus Standard2 480ark (20rll)	2016910	N94480	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Maxi Standard2 (6 rll)	2011478	N44079	GeorgiaPacific	x	
Wc-paperi Ultimatic 100 m 2-krt (36 rll)	2011490	N36223	GeorgiaPacific	x	
Vetopyhye Lotus Midi Plus1 (6 rll)	2011492	N44086	GeorgiaPacific	x	
Vetopyhye Lotus Midi Plus2 Nested (6rll)	2011485	N44092	GeorgiaPacific	x	
Vetopyhye Lotus Midi Reflex Plus1 (6rll)	2011493	N44084	GeorgiaPacific	x	
Vetopyhye Lotus Midi Standard1 (6 rll)	2011491	N44085	GeorgiaPacific	x	
A7 Suma Select 20 ltr Huuhtelukirkaste	2011619	7010138	JohnsonDiversey	x	
A7 Suma Select 5 ltr Huuhtelukirkaste	2011620	7508352	JohnsonDiversey	x	
Clax Microwash 3ZP15 9 kg	532022	7514055	JohnsonDiversey	x	
Clax Plus Certified 3RL3 10 L	531105	7517884	JohnsonDiversey	x	
Clax Revoflow Pro Micro free 3XP6 4 kg	2010196	7514539	JohnsonDiversey	x	
Jontec 300 free conc. 1 ltr annostelup.	2011706	7512937	JohnsonDiversey	x	
Jontec 300 free conc. 5 ltr	2011707	7512941	JohnsonDiversey	x	
Jontec 300 free JFit 1,5 ltr	2009741	7516872	JohnsonDiversey	x	
Jontec 300 Free QS 2,5 ltr	2013195	7517106	JohnsonDiversey	x	
Jontec Eternum free 5 ltr Lattiavaha	2011709	7513327	JohnsonDiversey	x	
Jontec Forward free 5 ltr	2011711	7513115	JohnsonDiversey	x	
Jontec Forward Free JFit 1,5 ltr	2009742	7516873	JohnsonDiversey	x	
Jontec Luna free 5 ltr Lattiavaha	2011716	7513324	JohnsonDiversey	x	
Jontec Technique free 5 ltr	2011726	7513199	JohnsonDiversey	x	
Jontec Tensol free 10 ltr	2011727	7513142	JohnsonDiversey	x	
Jontec Tensol free conc 5 ltr Täyttöpakk	2011728	7513153	JohnsonDiversey	x	

Jontec Tensol free conc. 1 ltr	2011729	7513147	JohnsonDiversey	x	
Jontec Tensol Free JFit 1,5 ltr	2009743	7516874	JohnsonDiversey	x	
Jontec Tensol Free QS 2,5 ltr	2013194	7517109	JohnsonDiversey	x	
Sani 100 Free QS 2,5 ltr	2013192	7517091	JohnsonDiversey	x	
Sani 100 fresh conc. 1 ltr	531891	7513098	JohnsonDiversey	x	
Sani 100 fresh conc. 5 ltr	2011806	7513099	JohnsonDiversey	x	
Sani Calc free 1 ltr hapan saniteetip	531881	7513248	JohnsonDiversey	x	
SCS Lux 2 in 1 H62 300 ml	2011807	6966700	JohnsonDiversey	x	
Soft Care Lux 2in1 H6 800 ml shampoo	2011818	6960900	JohnsonDiversey	x	
Soft Care Sensitive H2 800 ml pesuneste	2011822	6972400	JohnsonDiversey	x	
Soft Care Wash H2 0.5 ltr pumppupullo	2011826	7508210	JohnsonDiversey	x	
Soft Care Wash H2 1ltr dispenso	2011827	7508211	JohnsonDiversey	x	
Soft Care Wash H2 5 ltr pesuneste	2011828	7508212	JohnsonDiversey	x	
SU A7 Suma Select free 200 ltr	2011621	7010140	JohnsonDiversey	x	
SU Clax 200 S free 2CL3 10L	2001020	7509725	JohnsonDiversey	x	
SU Clax RevoFlow Oxi 4XP2 (3x4L)	2021214	7514543	JohnsonDiversey	x	
SU Jontec Resitol Free 2x5 ltr	2001885	7513328	JohnsonDiversey	x	
SU Suma Alu free L10 200 ltr	2011831	7508318	JohnsonDiversey	x	
SU Suma Nova Pur-Eco L6 200l	2013844	7516073	JohnsonDiversey	x	
SU Suma Unison Clar free A2 (3x4ltr)	2011841	7510554	JohnsonDiversey	x	
SU Suma Unison Special G4 (3x4.5 kg)	2011842	7516082	JohnsonDiversey	x	
Suma Alu free 10 ltr	2011830	7508317	JohnsonDiversey	x	
Suma Base free koneastianpesujaue 1.5kg	2011835	7510969	JohnsonDiversey	x	
Suma Gel Force D3.2 5ltr	2013150	7512919	JohnsonDiversey	x	
Suma Nova Pur-Eco L6 10L	2013842	7515734	JohnsonDiversey	x	
Suma Nova Pur-Eco L6 20L	2013843	7515735	JohnsonDiversey	x	
Katrin Basic C-Fold	2011963	343404	Metsä Tissue	x	
Katrin Basic C-Fold 2	2011982	343955	Metsä Tissue	x	
Katrin Basic Gigant L	2011973	101660	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic C-Fold 2 Yellow	2011964	343367	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Gigant M2	2011974	106252	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Gigant S2	2011979	106108	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Hand Towel Roll M Yellow	2011967	463966	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Kitchen	2012030	234529	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic L Yellow	2012031	464017	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic M2 blue	2011997	464406	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Non-Stop 2 Yellow	2011966	344852	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic S 2	2011977	464659	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic System Toilet Yellow	2012004	156104	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic System Towel M2	2012002	460102	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Toilet 200	2011968	10470	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Toilet 300 Yellow	2011965	104753	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Toilet 320	2011992	10520	Metsä Tissue	x	
Katrin Classic Towel Roll 2	2011978	455603	Metsä Tissue	x	
Katrin Head&Body 1 ltr (6 kpl)	2012024	954052	Metsä Tissue	x	
Katrin nestekäsisäippua 0.5 ltr (12 kpl)	2012017	954151	Metsä Tissue	x	
Katrin nestekäsisäippua 1 ltr (6 kpl)	2012000	954007	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus C-Fold 2	2011970	344388	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus C-fold 2 EasyFlush	2012021	344104	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus Cleaning Towel (25 kpl)	2012032	577176	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus One Stop L 3 Plus	2011975	344013	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus S Coreless	2012027	447409	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus Shower	2011972	452255	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus System Toilet	2012003	156050	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus Toilet 280	2011969	112703	Metsä Tissue	x	
Katrin Plus Toilet 300 EasyFlush	2012020	105003	Metsä Tissue	x	
Katrin vaahতোsaippua 0.5 ltr (12 kpl)	2012018	954250	Metsä Tissue	x	
Katrin vaahতোsaippua 1 ltr (6 kpl)	2012001	954106	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Basic C-Fold (32 sk)	2011983	343404	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Basic Gigant L (36 sk)wc-pap	2011995	101660	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Basic Non Stop (24 sk)	2012028	345859	Metsä Tissue	x	

SU Katrin Classic C-Fold 2 Yellow(28 sk)	2011984	343367	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Classic HandTowel Rol M Yellow	2011987	463966	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Classic Non-Stop2 Yellow(21sk)	2011986	344852	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Classic System Toilet Y.,24ltk	2012006	156104	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Classic Toilet 200 (40 sk)	2011988	10470	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Classic Toilet 300 Yel (36 sk)	2011985	104753	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Classic Towel Roll 2 (40 sk)	2011993	455603	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Plus C-Fold 2 (24 sk)	2011990	344388	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Plus C-fold 2 EasyFlush(24ltk)	2012023	344104	Metsä Tissue	x	
SU Katrin Plus Toilet 280 (36 sk)	2011989	112703	Metsä Tissue	x	
SU KatrinClassic System Towel M2(36 ltk)	2012005	460102	Metsä Tissue	x	
SUKatrin Plus Toilet 300 EasyFlush(70sk)	2012022	105003	Metsä Tissue	x	
Tork Advanced wc-paperi pitkä (24rll) T4	511261	120261	SCA	x	
Tork Premium taloussp.rulla (24 rll)	512280	120269	SCA	x	
Tork Premium teollisuuss. 1ltr (6plo) S1	531402	420401	SCA	x	
Tork Premium wc-paperi 3-krs (42 rll) T4	511317	110317	SCA	x	
Tork Universal 310 M2 vetop.rll (6 rll)	515120	120148	SCA	x	
Tork Universal Teol.pyyhe 310 (2rll) W1	522103	127103	SCA	x	
Sterisol Nestesaippua 0.7ltr	2012101	4811	Sterisol	x	
Sterisol Tehopesu 5 ltr	2012116	4440	Sterisol	x	
Tork Adv 420 perform.teol.p (2rll) W1/W2	522184	130052	SCA		x
Tork Advanced 415 M2 vetop.rll (6 rll) I	515135	100134	SCA		x
Tork Advanced Compact wc-paperi 27rll T6	2017601	127530	SCA		x
Tork Advanced Jumbo wc-paperi (6 rll) T1	511274	120272	SCA		x
Tork Advanced MiniJumbo wc-pap. 12rll T2	511281	120280	SCA		x
Tork Advanced rullakäsipyyhe (6 rll) H1	515066	290067	SCA		x
Tork Premium Jumbo wc-paperi (6 rll) T1	511163	110273	SCA		x
Tork Premium ketju.käsipyyhe 2310 ark H2	513039	100288	SCA		x
Tork Premium Mini Jumbo wc-pap. 12rll T2	511164	110255	SCA		x
Tork Universal Jumbo wc-paperi (6rll) T1	511100	120160	SCA		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 36	2012255	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 37	2012256	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 38	2012257	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 40	2012259	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 41	2012260	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 42	2012261	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 43	2012262	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 44	2012263	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 45	2012264	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 46	2012265	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko 47	2012266	6468	Urho Viljanmaa		x
Turvajalkine J alas 6468 eko, koko39	2012258	6468	Urho Viljanmaa		x

Taulukko tiivistetty: Esillä ympäristömerkityt tuotteet 158kpl / 1548kpl kaiken kaikkiaan