

Elintarvike- ja päivittäistavarabrändit suomalaisista vastuullisimpia – Valio jälleen listauksen ykkönen

Sustainable Brand Index -selvityksen mukaan Suomen vastuullisin brändi on Valio jo kahdeksatta vuotta putkeen. Vastuullisuuslistauksessa pärjäsivät myös monet muutkin elintarvike- ja päivittäistavarabrändit – Valion lisäksi kärkipaikkoja pitivät Elovena, Prisma, Kotimaista ja S-market.

Vuosittain yritysten vastuullisuutta selvittävässä Sustainable Brand Index -selvityksessä on tänä vuonna pärjänneet elintarvike- ja päivittäistavarabrändit. Indeksi perustuu 10 000 suomalaisen otokseen, jossa ympäri Suomea valikoituneet kuluttajat ovat arvioineet Suomen 212 suurinta tuotemerkkiä 17 maailmanlaajuisen kestävä kehityksen tavoitteen perusteella.

Valio on pitänyt vastuullisimman brändin paikkaa indeksissä jo kahdeksan vuoden ajan. Viime vuosien kiistatonta johtoasemaa on kuitenkin kuronut kiinni S-ryhmän päivittäistavarabrändit Prisma ja S-market sekä Raision kauratuotebrändi Elovena. Sustainable Brand Indexillä nähdään, että koronapandemia on voinut vaikuttaa kotimaisuutta korostavien brändien hyvään sijoitukseen listauksessa.

”Pandemia on saanut kuluttajat painottamaan enemmän kotimaista tuotantoa ja paikallisia raaka-aineita. Kotimaisen tuotannon arvostus liittyy osittain ympäristösyihin, mutta ennen kaikkea siihen, että kotimainen tuotanto tarjoaa työpaikkoja ja turvaa paikallisen elintarvikehuollon. Myös näistä syistä Valio on listauksessa vahvoilla,” pohtii Sustainable Brand Indexin perustaja **Erik Elvingsson Hedén**.

Kuluttajat pitävät vastuullisuutta yhä tärkeämpänä – pelkän puheen sijaan yrityksiltä odotetaan konkreettisia tekoja

Viimeisien vuosien ajan vastuullisuuden merkitys on kasvanut suomalaisten vaakakupissa, mutta sama kasvu ei ole kuitenkaan näkynyt suomalaisten halukkuudessa puhua vastuullisuudesta. Suomalaiset vaikuttavatkin Sustainable Brand Index -selvityksen perusteella suhtautuvan skeptisesti yritysten vastuullisuuspuheeseen ja painottavan konkreettisten tekojen merkitystä vastuullisuustyön osoituksina. Yritysten vastuullisuusviestinnän sijaan luotettavana lähteenä vastuullisuuteen nähdäänkin median ja tutkijoiden näkemykset asiasta.

”Kuluttajien kiinnostus kestävään kehitykseen on lisääntynyt pandemian suorana seurauksena, toisin kuin moni odotti. Esimerkiksi yritysten ripeä reagointi pandemiaan vaikutti positiivisesti kokemukseen yrityksen vastuullisuudesta. Sosiaalisen vastuullisuuden sijaan suomalaisia kuluttajia mietityttää eritoten ilmastonmuutokseen ja ympäristöön liittyvät vastuullisuuskysymykset. Yleisesti myös kiinnostus brändien vastuullisuustekoihin

on lisääntynyt ja käsitys siitä, miten yritykset toimivat kestävä kehityksen kanssa, on kasvanut,” analysoi Hedén.

Top 30 – Sustainable Brand Index 2021 (sijoitus 2020)

1. Valio (1)
2. Elovena (3)
3. Prisma (4)
4. Kotimaista (5)
5. S-market (2)
6. VR (6)
7. Myllyn Paras (7)
8. Fazer (9)
9. K-Citymarket (18)
10. K-supermarket (8)
11. Fiskars (10)
12. Vaasan (24)
13. S-Ryhmä (16)
14. Yliopiston Apteekki (11)
15. K-market (12)
16. Finlayson (15)
17. Saarioinen (22)
18. Partioaitta (14)
19. Paulig (20)
20. Snellman (23)
21. Lumene (40)
22. Iittala (17)
23. Oululainen (13)
24. Sokos Hotels (21)
25. Kesko (19)
26. Pirkka (25)
27. Marimekko (30)
28. Suomalainen Kirjakauppa (29)
29. Atria (28)
30. Arabia (36)

Alakohtaiset voittajat – Sustainable Brand Index 2021

Brändi	Ala
Valio	Ruoka
Prisma	Päivittäistavara
VR	Kuljetus
Fiskars	Vapaa-aika
S-Ryhmä	Kulutustavara
Yliopiston Apteekki	Apteekit

Finlayson	Sisustus- ja huonekalubrändit
Partioaitta	Vaatekaupat
Paulig	Juomat
Lumene	Kauneus
Sokos Hotels	Hotellit
Marimekko	Muoti
S-Pankki	Pankit
Vattenfall	Sähkö ja lämmitys
Pentik	Sisustus- ja huonekaluliikkeet
Finnair	Lentoyhtiöt
LähiTapiola	Vakuutus ja eläke
Hesburger	Ravintolat, kahvilat
Tesla	Autot
Matkahuolto	Logistiikka
Nokia	Kodinkoneet ja kuluttajaelektroniikka
ABC	Polttoaine
Elisa	Teleoperaattorit
Verkkokauppa.com	Verkkokaupat
Aurinkomatkat	Matkailu ja turismi

Lisätietoa:

Erik Elvingsson Hedén
perustaja, Sustainable Brand Index
erik.heden@sb-insight.com
+46 (0) 70 865 1397

Haastattelupyynnöt:

Emmi Linnankivi
emmi.linnankivi@miltton.fi
+358 50 464 3238

Sustainable Brand Index

Sustainable Brand Index -selvitys on Euroopan suurin riippumaton vastuullisuuteen keskittyvä bränditutkimus, joka on toteutettu vuosittain jo vuodesta 2011. Vuoden 2021 tutkimuksen 10 000 suomalaista kuluttajaa haastateltiin ajalla marraskuu 2020 – tammikuu 2021. Kaiken kaikkiaan 212 kuluttajabrändiä arvioitiin sen perusteella, miten niiden nähdään toimivan 17 globaalin kestävän kehityksen tavoitteen puitteissa